

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Е.С. ДОРОЩУК**

**ОСНОВЫ  
ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ  
ПРАКТИКУМ**

**Учебное пособие**



**КАЗАНЬ  
2014**

**УДК 378(075.8):070**

**ББК 76.01**

**Д55**

*Печатается по рекомендации учебно-методической комиссии  
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций*

**Рецензенты:**

доктор филологических наук, профессор **В.З. Гарифуллин** (Казань);  
доктор филологических наук, профессор **М.В. Субботина** (Чебоксары)

**Дорошук Е.С.**

**Д55 Основы теории журналистики. Практикум: учебное пособие /**  
**Е.С. Дорошук. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. – 136 с.**

**ISBN 978-5-00019-339-6**

Пособие предназначено для студентов отделений и факультетов журналистики вузов, а также для преподавателей и аспирантов, занимающихся изучением проблем журналистики, массовых коммуникаций и журналистского и коммуникативного образования.

**УДК 378(075.8):070**

**ББК 76.01**

**ISBN 978-5-00019-339-6**

© Дорошук Е.С., 2014

© Издательство Казанского университета, 2014

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	4
Раздел 1. Методика подготовки и проведения практических занятий по курсу «Основы теории журналистики».....	7
Раздел 2. Программа практикума .....	18
Тема 1. Основы журналистики как отрасль теории журналистики.....	18
Тема 2. Возникновение журналистики .....	23
Тема 3. Массовая информация как основное понятие теории и практики журналистики .....	27
Тема 4. Информационный процесс в журналистике .....	31
Тема 5. Журналистика в гражданском обществе и правовом государстве .....	34
Тема 6. Социальная позиция журналиста .....	38
Тема 7. Свобода журналистской деятельности.....	41
Тема 8. Журналистика как система средств массовой информации.....	44
Тема 9. Массово-коммуникационные средства журналистики.....	47
Тема 10. Особенности и виды журналистской деятельности .....	50
Тема 11. Эффективность и действенность журналистики.....	52
Раздел 3. Письменные работы по курсу.....	54
Раздел 4. Задания для самостоятельной работы студентов.....	74
Раздел 5. Информационное проектирование в системе массовой коммуникации.....	86
Раздел 6. Тесты.....	97
Раздел 7. Контрольные вопросы для подготовки к экзамену .....	125
Раздел 8. Глоссарий .....	128

## ВВЕДЕНИЕ

Курс «Основы теории журналистики» занимает важное место в практической подготовке будущих журналистов. Прослушав этот курс, вы приобретете знания, которые помогут сформировать компетенции, необходимые для профессиональной журналистской деятельности, они помогут вам в дальнейшем совершенствовать свое мастерство и успешно продвигаться по карьерной лестнице.

Основная **цель курса** – формирование представления об особенностях и закономерностях журналистской деятельности, которые включают особенности массовой информационной деятельности в журналистике, системный характер ее функционирования в социальной среде, правовые и этические аспекты свободы журналистики, основы творческой деятельности журналиста в современных условиях развивающегося глобального мирового информационного пространства.

В результате изучения курса вы получите ответы на вопросы:

- что такое журналистика, и какое место она занимает в социальной системе?
- почему журналисты всегда находятся на передовых информационных рубежах?
- как меняется журналистика со временем, и почему это происходит?
- как влияют перемены в обществе на изменения в статусе журналиста?
- каков основной результат журналистской деятельности: информация или общественное мнение?

Вы научитесь формулировать вопросы, касающиеся вашего места в профессии, определите для себя, какие из профессиональных стандартов носят общезначимый характер, а какие вырабатываются в результате вашей практики в средствах массовой информации. Вы научитесь определять главное в процессе сбора, создания, распространения и хранения массовой информации, воздействия на массовое сознание и формирования общественного мнения.

Чтобы достичь этих целей, необходимо решить ряд задач:

- сформировать компетенции, необходимые будущему журналисту как специалисту в области информационной деятельности;

- дать многоаспектную характеристику журналистики как области массово-информационной деятельности, системы средств массовой информации, социального института;
- рассмотреть закономерности существования журналистики на разных этапах ее развития;
- показать особенности деятельности и личности журналиста в контексте публичных коммуникаций;
- освоить методы исследования профессиональной деятельности журналиста и в целом журналистики как системы;
- заложить основы информационной культуры будущего журналиста;
- сформировать представление о профессии и стимулировать саморазвитие будущего журналиста.

В структуру курса включаются как лекционные занятия, так и практические, которые объединены в специальный практикум, цель которого – развить у студентов компетентность в области исследования массово-информационной деятельности на разных этапах профессионального познания. Именно практические занятия помогут вам осознать процессы массовой информационной деятельности, рассмотреть их с практической стороны, подойти к ним с позиций компетентности в области массовой информации и коммуникации, что очень важно для современного журналиста.

Практикум, учебное пособие которое вы держите в руках, построен в форме практико-исследовательских медиалабораторий, объединяющих тематические разделы курса, сопровождаемые специальными задачами, лабораторными работами и творческими заданиями. Предусматриваются альтернативные формы самостоятельной и лабораторной работы студентов, которые отражены в разделе «Идея». Выполнение практических заданий нацелено на совершенствование личности студента как будущего журналиста и активизацию его профессионального самоопределения через формирование и развитие профессиональных и личностных компетенций.

### **Структура и теоретическая база дисциплины**

В основе изучения журналистики как системы управления информационными процессами в обществе лежит философский, психологический и социологический анализ практической деятель-

ности этой системы, ее современного состояния и исторической теории и практики.

«Основы теории журналистики» – это курс, в котором представлены основные понятия теории журналистики, он включает в себя пять крупных тематических модулей, основанных на специальных подсистемах понятий и категорий, представляющих весь спектр деятельности СМИ на современном этапе. Каждый модуль поделен на подпункты, которые ложатся в основу формулировки темы изучения. Таким образом, в структуре темы могут содержаться от одного до шести подпунктов в зависимости от степени значимости. Это – основа механизма построения как теоретического, так и практического разделов курса. Модули и подпункты представлены в программе курса, а основные темы – в учебно-методических материалах лекций и практических занятий.

Студенты, завершившие изучение данной дисциплины, должны:

- понимать специфику журналистской деятельности как массово-информационной деятельности и социального института, а также условия и особенности ее взаимодействия с другими социальными институтами;
- обладать теоретическими знаниями о законах функционирования журналистики, а также о сущности массово-информационной деятельности, функциях журналистики, социальной позиции и ответственности журналиста, об условиях свободной деятельности журналиста и СМИ, факторах эффективного взаимодействия с аудиторией и особенностях творческой деятельности журналиста, специфике и взаимодействии прессы, радио и телевидения;
- ориентироваться в широком спектре разноплановых изданий и программ, существующих в современной системе СМИ России и региона;
- уметь проанализировать то или иное средство массовой информации с позиций его системного характера, функциональности, проблематики и информационного своеобразия;
- знать законы построения информационного сообщения в контексте информационной политики конкретного издания и уметь применять эти законы.

## **Р а з д е л 1**

### **МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

Практикум по изучению основ журналистики – это очень важный раздел такого фундаментального курса как «Основы теории журналистики». Он предполагает практическое постижение основных понятий и тем теории журналистики с использованием таких активных методов, как эксперимент, мониторинг, проектирование, осуществляемых в рамках медиалабораторий курса.

Медиалаборатории организованы как формы аудиторной и самостоятельной работы студента, позволяющие варьировать количественный и качественный состав практических заданий и формировать различные по своей направленности исследовательские студенческие группы. Работа в этих группах позволит будущему журналисту не только выработать представления и компетенции исследователя, но и освоить целый ряд профессиональных приемов, повышающих журналистское мастерство.

К основным формам практической работы по данному курсу относятся:

- медиалаборатория (исследовательская лаборатория по изучению медиапроцессов, ориентированная на создание концептуальных продуктов учебной деятельности: рефератов, информационных и медиапроектов, концепций издания, включая разработку информационной политики, и т. д. Ее отличительной чертой является структурирование деятельности и результативный характер практики) – в рамках этой формы работы преподаватель также принимает участие в проектировании, осуществляя исследовательскую, консультационную и управленческую деятельность;

- практикум (организация практических занятий для выполнения практических лабораторных работ, ориентированных на освоение одного или группы понятий теории журналистики) – такая форма аудиторной работы, которая направлена на расширение и детализацию знаний, полученных на лекции и в процессе са-

мостоятельной подготовки студента, на выработку и закрепление навыков профессиональной деятельности. Подготовка к практическим занятиям помимо прослушивания лекции предполагает предварительную самостоятельную работу студента в соответствии с методическими разработками по запланированным темам. В рамках практических занятий используются следующие формы работы: текущий контроль результатов работы студентов; выступление с устным докладом; обоснование и защита собственной точки зрения; организация и участие в дискуссии, организация и участие в деловой игре;

- виртуальное проектирование («лаборатория на дому») – форма внеаудиторной самостоятельной работы студента, которая предполагает большую активность студента как субъекта в учебном процессе. Основным средством в виртуальном проектировании является Интернет – учебная домашняя страница, на которой размещаются результаты лабораторных проектов студентов и обсуждаются их результаты;

- виртуальное консультирование – форма внеаудиторной работы студента, которая предполагает консультирование на учебной странице курса по основным заданиям и лабораторным проектам курса. В качестве консультанта выступает как лектор, так и руководитель лабораторного практикума.

Для подготовки к практическим занятиям важно освоить несколько видов самостоятельной работы, которые помогут студенту эффективно постигать обозначенные темы.

Первым видом самостоятельной работы является составление конспектов для практического занятия. Они могут быть выборочными, тезисными, программными или концептуальными:

- основу выборочных конспектов составляют положения, выделенные студентом, исходя из их значимости и новизны для автора конспекта;

- основу тезисных конспектов составляют суждения, истинность или ложность которых студент доказывает или опровергает;

- основу программных конспектов составляют программные положения, в которых содержатся суждения, предопределяющие решение того или иного вопроса;



– основу концептуальных конспектов представляют суждения студента, а также закономерности, выделенные в результате работы с литературой и источниками, которые принимаются за основу концепции развития СМИ.

Вторым видом работы студента на практикуме является участие в дискуссиях, диалогах. Этот вид требует предварительной проработки материала как дома, так и в рамках самого практикума.

Работа с литературой, как один из видов (третий) самостоятельной работы, распадается на несколько самостоятельных и взаимодополняющих друг друга форм:

- работа в библиотеке;
- концептуальные книжные подборки – по типу цепной реакции, когда одна книга неминуемо влечет за собой знакомство с другой дополняющей или уточняющей некоторые положения и др.;
- самостоятельные изыскания, включая наблюдения за деятельностью журналистов, интервьюирование носителей профессиональных знаний и компетенций, наиболее соответствующих форме мышления студента.

При подготовке к практическим занятиям мы рекомендуем предметное знакомство с темами, которые особо сложны для понимания и усвоения. Выделяются формы работы студента, позволяющие углубить знания по предмету и расширить границы компетенций студента:

а) конспектирование и составление словаря понятий, наиболее часто употребляемых при изучении конкретной темы. Например, понятие системы СМИ может быть объяснено с помощью понятий «система», «системные связи», и понятия «информация», что, в свою очередь, может объяснить и такое сложное явление как формирование нового типа журналистики / новых медиа в современном обществе;

б) конспектирование и построение схематических блоков основных категорий и понятий, являющихся базовыми для тематического направления – например, понятие «функции журналистики» является базовым для изучения социального функционирования журналистики и др.;

в) составление «цепочки категорий и понятий», которая могла бы представить основную структуру курса как связь между темами.

Важным является применение категорий и понятий курса на практике, что тоже включает несколько форм:

а) практическое применение тех категорий, которые наблюдаются на современном этапе в деятельности современных медиа. Например, поиск информации и обработка ее на основе одного из принципов или возможности и сферы проявления социальной позиции журналиста и т. д.;

б) периодическое знакомство с практикой современных средств массовой информации – ежедневных или еженедельных газет, выпусков теле- и радиопрограмм, интернет-СМИ и т. д. и прослеживание всех основных положений курса на практических примерах деятельности СМИ;

в) анализ практической деятельности одного из журналистов, чье творчество знакомо или узнаваемо в потоке информации в СМИ.

Участие в практикумах предполагает в большей степени самостоятельное изучение и осмысление предложенных направлений, отражающих проблематику курса.

Подробное знакомство с программой курса позволяет более полно представить все варианты возможностей познавательной деятельности студента при изучении дисциплины и дает определенную свободу в выборе форм и методик изучения тем курса.

Список рекомендуемой литературы помогает определить диапазон знаний, на которые необходимо рассчитывать при овладении тем или иным понятием курса.

Особой формой практических занятий является форма лабораторного практикума. Цель лабораторного практикума – сформировать и закрепить у студентов навыки и умения практической работы в условиях системы СМИ как исследователей публичной сферы коммуникаций.

К задачам лабораторного практикума относятся:

а) выработка умений работы с теоретической литературой, что способствует формированию исследовательских компетенций будущего журналиста;

б) тренинг исследовательских методик (фокус-групп, глубинных интервью, моделирования и т. п.), что способствует формированию и развитию методических и общепрофессиональных компетенций будущего журналиста;

в) знакомство с практической журналистикой, которое направлено на формирование компетенций в области авторской деятельности;

г) ориентация в региональной и общедофедеральной системе СМИ.

Лабораторный практикум предусматривает массированную учебную деятельность студентов в медиалаборатории. Это модульная система лабораторного обучения, включающая в себя самостоятельную работу студента под руководством консультанта-преподавателя. В лабораторный практикум включаются десять лабораторных работ по основным темам курса с рекомендациями по их выполнению и одна бонусная работа. Студенты в рамках изучения дисциплины «Основы теории журналистики» выполняют две обязательные работы по указанию преподавателя и три альтернативные работы по выбору студента. К обязательным работам относятся: лабораторная работа 1 «Типы и виды журналистской информации» и лабораторная работа 10 «Свойства журналистского произведения как факторы эффективности». Остальные работы выполняются в альтернативном виде по выбору студента:

<i>№ п/п</i>	<i>Лабораторная работа</i>	<i>Вид задания</i>	<i>Баллы (макс.)</i>
1.	Лабораторная работа 1 «Типы и виды журналистской информации»	Обязательный индивидуальный	3
2.	Лабораторная работа 2 «Журналист в поиске информации»; Лабораторная работа 6 «Восприятие новостей в системе СМИ: специфика печати, радио, телевидения, Интернет»; Лабораторная работа 7 «Типологическая лаборатория региональной периодики»	Альтернативный. По выбору студента – одну работу из предложенных	5

<i>№ п/п</i>	<i>Лабораторная работа</i>	<i>Вид задания</i>	<i>Баллы (макс.)</i>
3.	Лабораторная работа 3 «Реализация основных функций в практической деятельности СМИ»; Лабораторная работа 4 «Модели деятельности СМИ в системе социальных институтов»; Лабораторная работа 5 «Формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью: сопоставительный анализ»	Альтернативный. По выбору студента – одну работу из предложенных	7
4.	Лабораторная работа 8 «Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ»; Лабораторная работа 9 «Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания»	Альтернативный. По выбору студента – одну работу из предложенных	7
5.	Лабораторная работа 10 «Свойства журналистского произведения как факторы эффективности»	Обязательный индивидуальный	3
6.	Лабораторная работа 11 «Изучение профессиональных качеств личности журналиста»	Бонусное задание	5
	Итого:		25 баллов (+5 бонус)

Также представлено дополнительное лабораторное задание – лабораторная работа 11, которая предлагается как работа сверх программы и оценивается дополнительными баллами (бонусами).

Каждая лабораторная работа снабжена методикой выполнения. Методические разработки содержат: формулировку задания, цель и задачи работы, алгоритм лабораторной работы.

Работа в условиях медиалаборатории предполагает как индивидуальную учебную деятельность студента, так и работу иссле-

довательских групп, групп-обсерваторий, позволяющих проводить более масштабные и целевые исследования.

*Исследовательская группа* представляет собой самостоятельное объединение студентов (3–5 человек), в основе которого лежит принцип учета индивидуальных предпочтений студентов и способностей к выполнению той или иной деятельности. Эти объединения носят постоянный характер и стабильны на протяжении всего лабораторного практикума. Как правило, исследовательские группы формируются в начале работы лабораторного модуля.

*Группа-обсерватория* (англ. observer – обозреватель) предполагает оперативное объединение, с целью выполнения одной функциональной исследовательской задачи, связанной с обозрением той или иной формы, специфики деятельности СМИ. Такие группы формируются по ходу лабораторного практикума и являются подвижным, незафиксированным образованием. Они опираются на инициативу студентов и предполагают консультирующую роль преподавателя. Однако они могут быть и долгосрочными, если обсерваторская функция будет востребована в процессе выполнения нескольких работ.

Рекомендуется проводить лабораторный практикум и как форму самостоятельной работы с отчетностью по каждой из десяти составляющих. Оценка лабораторной работы выражается в баллах и зависит от объема и степени сложности проводимых исследований. Однако окончательные балльные характеристики работ предлагает преподаватель-консультант – руководитель лабораторного практикума. В итоге студент получает определенное количество баллов, которые включаются затем в общую оценку по курсу.

Предлагается матрица оценок, которую можно использовать как ориентировочную. Общая сумма баллов (макс.), которую может получить студент по итогам лабораторного практикума, – 25 (без учета бонусной работы). Это соответствует высокой степени оценки студента. Минимальная сумма, которая может быть выставлена студенту, требуемая для промежуточного зачета по лабораторному практикуму – 15 баллов. Если студент получает сумму ниже требуемой, то преподаватель-консультант решает,

какие работы необходимо сделать заново или предлагает студенту новые формы лабораторных исследований в индивидуальном порядке.

### Матрица оценок работ лабораторного практикума

<i>Тема и шифр работы</i>	<i>Степень сложности</i>	<i>Рейтинг работы</i>	<i>Рекомендо- ванная сум- ма баллов (макс)</i>	<i>Рекомендо- ванное количе- ство учебных часов: ауд. / сам.</i>
1. Типы и виды информации в журналистском тексте	Низкая	1	3	2/2
2. Журналист в поиске информации: моделирование процесса информационного поиска	Средняя	3	5	2/4
3. Реализация основных функций в практической деятельности СМИ	Высокая	4	7	2/6
4. Модели деятельности СМИ в системе социальных институтов	Высокая	4	7	2/2
5. Формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью: сопоставительный анализ	Высокая	4	7	2/6
6. Восприятие новостей в системе СМИ: специфика печати, радио, телевидения, Интернет	Средняя	3	5	2/4

<i>Тема и шифр работы</i>	<i>Степень слож- ности</i>	<i>Рейтинг работы</i>	<i>Рекомендо- ванная сум- ма баллов (макс)</i>	<i>Рекомендо- ванное количе- ство учебных часов: ауд. / сам.</i>
7. Типологическая лаборатория региональной периодики	Средняя	3	5	2/2
8. Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ	Высокая	5	7	2/4
9. Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания: информационный проект	Высокая	5	7	2/4
10. Свойства журналистского произведения как факторы эффективности	Низкая	2	3	2/2
11. Изучение профессиональных качеств личности журналиста	Высокая (бонус)	5	5	0/6

Низкая степень сложности предполагает наличие в работе элементарных требований по шкале от 1 до 2. Студент обладает знаниями, обеспечивающими выполнение заданий такого рода.

Средняя степень сложности предполагает наличие в работе требований и заданий повышенной сложности, содержащих исследовательские задачи, которые требуют дополнительной подготовки и включения творческой инициативы. Шкала сложности колеблется от 3 до 4.

Высокая степень сложности предполагает активизацию всех личностных учебно-творческих качеств студента, учет **индивидуальных** особенностей и свободной ориентации в разных видах и формах учебной деятельности. Шкала сложности наивысшая – 5.

Таким образом, зачет по лабораторному практикуму является обязательной формой промежуточной отчетности по курсу «Основы теории журналистики» и включается в систему общего зачета по совокупности выполненных работ.

Компетенции студента, обучающегося по дисциплине «Основы теории журналистики», оцениваются в рамках балльно-рейтинговой системы.

В течение семестра студенты выполняют четыре работы: две из них – самостоятельные работы – реферативное исследование и информационный проект – выполняются в течение всего периода обучения и представляются для оценки в конце занятий; тестирование представляет собой промежуточную точку контроля знаний и проводится после прохождения студентами основных модулей курса; лабораторный практикум выполняется студентами на практических занятиях и представляет собой совокупность лабораторных работ по основным темам дисциплины. Общая оценка работы студента в семестре составляет 50 баллов. Она складывается из следующих показателей:

<i>Наименование формы работы студента для оценки в БРС</i>	<i>Сроки выполнения работы</i>	<i>Баллы, начисляемые студенту (макс.)</i>
Реферативное исследование	18 неделя семестра	10 баллов
Информационный проект	16 неделя семестра	10 баллов
Тестирование (промежуточное)	3, 6, 8, 12, 16 недели семестра	5 баллов
Лабораторный практикум	13–18 недели семестра	25 баллов
Итого:		50 баллов

Минимальное количество баллов, которое необходимо набрать студенту для допуска к экзамену, составляет 28. Если студент не набирает это количество баллов, то ему предоставляется возмож-



ность выполнить три задачи из предложенных для самостоятельного решения и добрать недостающие баллы.

Оценка ответа студента на экзамене складывается из двух равнозначных балльных оценок за ответы на первый и второй вопросы экзаменационного билета и составляет 50 баллов максимально (соответственно – 25+25).

Общий рейтинг по дисциплине складывается из двух сумм – балльной оценки ответа на экзамене и балльной оценки работы студента в семестре. Он может составлять максимально 100 баллов.

Шкала соответствия баллов выставляемым оценкам принята УМУ КФУ и является обязательной для всех.

## Р а з д е л 2

### ПРОГРАММА ПРАКТИКУМА

#### Тема 1

### ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ОТРАСЛЬ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

#### План (вопросы для изучения):

1. Журналистика и способы ее изучения. Понятие теории журналистики.
2. Основные понятия теории журналистики. Системность знаний журналиста: какие знания необходимы журналисту?
3. Историческая ретроспектива: трансформация журналистики – от петровских реформ к цифровой информации.
4. Медиалаборатория «Теория для практической журналистики».

Цель практических занятий в условиях медиалаборатории «Теория для практической журналистики» – определить проблемное поле и ключевые понятия курса «Основы теории журналистики» как науки и как учебной дисциплины.

#### Литература

##### *Источники*

1. Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
2. Российская газета. – <http://www.rg.ru>
3. Известия. Ru – ежедневная газета. – <http://www.izvestia.ru>
4. Сайт газеты «Республика Татарстан». – <http://www.rt-online.ru>

##### *Теоретическая литература*

6. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам. Под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблишер, 2010.

7. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М.: Логос, 2010.

8. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2012.

9. Романов А.А. Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие. – М.: Евразийский открытый институт, 2010.

### **Задания**

1. Определите особенности процесса формирования новых понятий в теории журналистики. Для этого составьте словарь понятий, вошедших в научный обиход в последние десятилетия, сославшись на компетентные источники. Сравните количество понятий, выделенных вами в отечественной журналистике, с понятиями в зарубежных теориях журналистики, для этого предварительно изучив их (на выбор).

2. Составьте модель знаний, необходимых журналисту для успешной профессиональной деятельности. Опирайтесь на особенности современной системы средств массовой информации.

3. Прочитайте два на выбор материала, опубликованных в популярных изданиях, рекомендованных и в списке литературы, раскрывающих две актуальные проблемы. Проанализируйте особенности проявления теоретических понятий в дискурсивной практике издания. Опишите эти особенности.



### **ИДЕЯ**

Составьте набор компетенций, которыми должен обладать журналист и которые отражают современные тенденции развития журналистики как практической профессиональной деятельности, социального института и отрасли науки.

### **Задачи**

В процессе решения задач студент применяет теоретические знания к конкретной профессиональной и учебной ситуации. Задачи – завершающий этап подготовки к практическому занятию,

они решаются после того, как будет изучена предложенная тема и деятельность первоисточников (средств массовой информации).

Оцениваются задачи по следующим критериям: понимание логики конкретного понятия теории журналистики и способность ориентироваться в нем; степень владения конкретным практическим материалом и способность провести грамотную журналистскую оценку анализируемой ситуации; обоснованность решения и оформления / представления результата.

### Задача 1

Опишите проблемное поле журналистики, проанализировав закономерности массово-информационной деятельности. Результаты занесите в таблицу.

*Таблица*

Проблемное поле теории журналистики  
на основе взаимосвязанных закономерностей  
массово-информационной деятельности

<i>Цепочка категорий как взаимосвязанных закономерностей массово-информационной деятельности</i>	<i>Понятия, составляющие цепочку</i>	<i>Социально обусловленные массово-информационные проблемы</i>
Категории, раскрывающие социальную роль журналистики		
Категории, дающие представление о социальной направленности и методологических основах деятельности в журналистике		
Категории, описывающие субъективную сторону функционирования журналистики		
Категории, характеризующие средства доставки информации		

*Продолжение таблицы*

<i>Цепочка категорий как взаимосвязанных закономерностей массово-информационной деятельности</i>	<i>Понятия, составляющие цепочку</i>	<i>Социально обусловленные массово-информационные проблемы</i>
Категории, дающие характеристику творческих форм массово-информационной деятельности		

**Задача 2**

Опишите основные понятия теории журналистики, опираясь на анализ теоретических концепций и моделей журналистики. Укажите на источник, который Вами был изучен и из которого Вы почерпнули основные знания о понятии. Заполните таблицу.

*Таблица*

Основные понятия теории журналистики

<i>Основное понятие теории журналистики</i>	<i>Содержание понятия</i>
Массовая информация	
Массовая аудитория	
Журналистика как социальный институт	
Журналисты	
Функции и принципы журналистики	
Система средств массовой информации	
Свобода журналистики	
Журналистская деонтология	
Профессиональные качества журналиста	
Информационная политика	
Типы творчества в журналистике	
Методологическая культура журналиста	

### Задача 3

Сравните особенности понятия «введение в теорию журналистики» как научного термина и как учебной дисциплины. Результаты занесите в таблицу.

Таблица

Особенности введения в теорию журналистики

<i>Системообразующие факторы</i>	<i>Введение в теорию журналистики как наука</i>	<i>Введение в теорию журналистики как учебная дисциплина</i>
Цель		
Объект		
Предмет		
Методы		
Задачи		

### Темы реферативных исследований к практическому занятию

1. Массовая коммуникация как основное понятие теории журналистики.
2. Специфика массовой аудитории.
3. Массовая информация: интернет-модель.
4. Задачи современного журналиста.
5. Методология журналистской деятельности.

## Тема 2

### ВОЗНИКНОВЕНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

#### План (вопросы для изучения):

1. Как развивались публичные коммуникации? Почему журналистика – это результат исторической необходимости?
2. Какие древние культуры и цивилизации повлияли на развитие журналистики? Персоналии.
3. Иоганн Гуттенберг как знаковая фигура тысячелетия. Открытие печатного станка и развитие журналистики.
4. Медиалаборатория «Цех писателей новостей».

**Цель занятий** – определить особенности процессов возникновения журналистики, выделив предпосылки и обозначив формы пражурналистских явлений.

**Основные понятия и категории:** *праписьмо; носитель информации; папирус и пергамент; алфавит; печатный станок; информационные потребности; массовая журналистика; устная и письменная культуры; печатная культура; бумага как носитель информации; пространство публичных коммуникаций.*

#### Литература

##### *Источники*

1. Волковский Н.Л. История информационных войн: в 2-х тт. – СПб., 2003.
2. Яковлев Н.О. О так называемом «завещании» Петра Великого // Исторический журнал. – 1941. – №12. – С. 128–133.

##### *Теоретическая литература*

3. Коротков А.В., Кузьмин А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие. – М.: МГИМО – Университет, 2012.
4. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2012.

5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2011.

6. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. – М.: Дашков и К, 2012.

### **Задания**

Подготовьте эссе по одной из предложенных тем, разместите его на учебно-методической странице курса на сайте и организуйте дискуссию.

Эссе представляет собой самостоятельное рассуждение по поводу исторических предпосылок возникновения журналистики, снабженное конкретным историческим примером, который студенты выделили в результате теоретического исследования вопроса. Эссе имеет объем не более 1 страницы форматом А 4.

### **Темы эссе**

1. Коммуникация как интеллектуальный труд.
2. Знания – основа коммуникационного обмена.
3. Мысль и слово в коммуникации.
4. Словарь журналистики.
5. Пражурналистика и алфавит.
6. Грамотность как предпосылка журнализма.
7. Книга и ее роль в развитии малых публицистических форм.
8. Городская культура как среда развития журналистики.
9. Потребление информации – условие развития журналистики.
10. Визуальность в восприятии мира.
11. «Типографский человек» в современном мире.
12. Интернет как книга Гуттенберга.
13. Метаморфозы печатного текста.
14. Самосознание аудитории журналистики: слагаемые.
15. Коммуникация и потребности нового человека.





## ИДЕЯ

Проанализируйте особенности сближения современного информационного пространства с «галактикой Гуттенберга», обозначив при этом специфические черты этого пространства и коренные отличия.

### Задача 1

На основе ознакомления с особенностями возникновения журналистики заполните таблицу.

*Таблица*

Предпосылки возникновения журналистики

<i>Основные предпосылки возникновения журналистики</i>	<i>Характеристики и содержание предпосылок</i>
Социально-экономические	
Общественно-политические	
Технические	

### Задача 2

Купец прибыл с торговым караваном из Китая, привез редкие и пользующиеся спросом товары. Ему надо продать их как можно быстрее. Что предпримет купец для оповещения о товарах потенциальных покупателей? Опишите возможные варианты. Какую еще информацию может предложить потенциальным покупателям купец?

### Задача 3

Древние римляне ценили искусство красноречия, использовали его в политической борьбе. Для широкого представления политических взглядов они также использовали первые письменные документы, ставшие прообразом современной газеты. Опишите один из документов подобного типа, создайте его в стиле Древнего Рима.

## **Медиалаборатория «Цех писателей новостей»**

Составить модель цеха писателей новостей, описав при этом формы работы средневекового журналиста. Организовать подобный цех с учетом изменившихся условий деятельности журналиста, распределив в группе среди студентов роли-деятельности.

Представить сценарий презентации моделей двух цехов писателей новостей: средневекового и современного. Подготовить по этому сценарию презентации и выступить на практическом занятии.

### **Темы реферативных исследований для практических занятий**

1. Значение открытия Иоганна Гуттенберга для развития человечества.
2. Типографский человек: культурные метаморфозы.
3. Абсолютистские монархии в борьбе за власть: журналистика как посредник.
4. Первые газеты в Европе: специфика содержания.
5. Авторская журналистика революционных преобразований.

### Тема 3

## МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК ОСНОВНОЕ ПОНЯТИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ЖУРНАЛИСТИКИ

### План (вопросы для изучения):

1. Что такое информация? Каковы ее виды и свойства, формы существования?
2. Что такое информационное поле? Из чего оно состоит?
3. Рассмотрите два понятия «знак» и «информация». Сравните их на основе выделенных критериев.
4. Информация и сообщение, общее и частное. Правило интерпретации. Информация и коммуникация.
5. Журналистская информация как один из видов социальной информации. Массовая информация, методы воздействия массовой информации.
6. Медиалаборатория «Типы и виды информации в журналистском тексте».

**Цель занятий** — изучить особенности массово-информационной природы журналистики и сформировать навыки и умения оценки журналистской информации на основе анализа информативности материалов СМИ.

**Основные понятия и категории:** информация; журналистская информация; информационный процесс; массовая информация; свойства массовой информации в пространстве публичных коммуникаций; виды информационных процессов в журналистике; типология массовой информации; массовая коммуникация.

### Литература

#### Источники

1. Школа эффективного текста «Медиа» Андрея Мирошниченко. — URL: <http://www.aka-media.ru>

2. Мирошниченко А. Что такое сетевая харизма? – URL: [http://tv.russia.ru/video/diskurs\\_12887/](http://tv.russia.ru/video/diskurs_12887/)
3. «Российская газета». – URL: <http://www.rg.ru/>
4. «Право знать» - общественно-политическое ток-шоу на ТК ТВЦ. – URL: <http://www.tvc.ru/channel/brand/id/1756/show/>
5. Портал издательского дома «Известия». – URL: <http://www.izvestia.ru>

### *Теоретическая литература*

6. Бакшин В.В. Основы журналистики: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2009.
7. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам / под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблишер, 2010.
8. Коротков А.В., Кузьмин А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие. – М.: МГИМО-Университет, 2012.
9. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2011.

### **Задания**

Выполните лабораторную работу «Типы и виды информации в журналистском тексте».

### **ИДЕЯ**



Составьте уравнение эффективного воздействия информации, содержащейся в журналистском тексте, и представьте решение данного уравнения, опираясь на структуру информации в журналистском произведении.

### **Задача 1**

Опишите разновидности авторитетной информации (authoritative information), проанализировав при этом пять новостных сообщений ведущих средств массовой информации.

## **Задача 2**

Проанализируйте новостную повестку одного дня издания, относящегося к альтернативной прессе. При этом учитывайте особенности освещения данных новостных событий официальными изданиями.

## **Задача 3**

Опишите процесс вертикальной передачи информации, ориентируясь при этом на оценку этого процесса в рамках одноименной концепции и обозначьте сторонников и противников этого процесса.

## **Задача 4**

Опишите процесс виртуализации информации с учетом существующих терминов перехода на высокий уровень абстракции. Составьте схему виртуализации информации в одном из специальных новостных изданий (на выбор).

## **Задача 5**

Составьте десять основных информационных поводов, в которых отражаются оперативные особенности повестки дня. Распределите полученные информационные поводы в соответствии с типологическими особенностями изданий.

## **Задача 6**

Опишите особенности процесса глобализации тематики в современных СМИ. Выберите для этого несколько (не менее трех) средств массовой информации, которые на ваш взгляд включены в систему глобализации.

## **Задача 7**

К особенностям современного информационного процесса относят гипертекстовость подаваемой информации. Составьте такого рода «надтекст» и покажите пути его расширения и превращения в неуправляемый бесконечный текст.

## **Задача 8**

Сформулируйте актуальность проблематики одного из современных средств массовой информации. При помощи чего формируется повестка дня в данном СМИ. Какие приемы используют журналисты для формирования подобного рода картины.

### **Темы реферативных исследований**

1. Гиперсвязанные новости и их особенности.
2. Гипертекст как новая реальность массовой информации.
3. Экологический журнализм и массовая информация.
4. Нарастающая значимость дайджеста и влияние дайджестирования на формы журналистской информации.
5. Дигитализация массовой информации.

## Тема 4

### ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В ЖУРНАЛИСТИКЕ

#### План (вопросы для изучения):

1. Структура информационного процесса (ИП) и модели ИП в СМК. Субъект информационного процесса в журналистике.
2. Массовый коммуникационный процесс: типологические особенности.
3. Семиотика информационного процесса в журналистике: синтактика, семантика и прагматика.
4. Тенденции развития ИП в информационном обществе: информация как творчество, технологизация производства и потребления информации, дигитализация и конвергенция, мультимедиаизация.

**Цель занятия** – изучить особенности и содержательные аспекты информационного процесса в журналистике как процесса производства, распространения и потребления информации.

**Основные понятия и категории:** *информация, распространение информации, потребление информации, информационный процесс, семиотика информационного процесса, массовый информационный процесс, структура информационного процесса, субъекты информационного процесса.*

#### Литература

##### Источники

1. Аграновский В. Вторая древнейшая. – М., 2000.
2. Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
3. Захаркин Д. Место фотографии в современной прессе. – URL: <http://fotomoment.narod.ru/foto.html>
4. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actual-comment.ru>

5. Сайт издательского дома «Коммерсант». – URL: <http://www.kommersant.ru>

6. Портал издательского дома «Комсомольская правда». – URL: <http://www.kp.ru/>

### *Теоретическая литература*

7. Киричек П.Н. Информационный процесс в системно-целевом измерении. – М., 2008.

8. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.

9. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. – М., 2010.

## **Задания**

Выполните лабораторную работу «Журналист в поиске информации: Моделирование процесса информационного поиска».

## **ИДЕЯ**



Составьте картотеку источников информации журналиста, выбрав тематику, по которой он работает. Источники классифицируйте. Определите признаки классификации. Сделайте три подборки источников на предмет подготовки трех различных по фактуре и проблематике журналистских материалов.

## **Задача 1**

Сравните термины «информационное пространство», «информационная среда», «информосфера». Обозначьте общее и различное в этих терминах.

## **Задача 2**

Проанализируйте выпуски СМИ (на выбор), найдите в них приемы инфотейнмента и охарактеризуйте способы подачи журналистских материалов в соответствии с этими приемами.



### **Задача 3**

Сравните термины «коммуникация» и «комьюнити», применив их к характеристике информационного процесса в журналистике.

### **Задача 4**

Опишите процессы конвергенции, протекающие в современной редакции СМИ, ориентируйтесь на сближение явлений и тенденций как основу конвергенции в журналистике.

### **Темы реферативных исследований**

1. Дигитальный рынок и его особенности.
2. Значение современного дизайна информационных продуктов.
3. Специфика издания и его позиционирование в информационном процессе.
4. Дисбаланс новостей и его влияние на информационную политику издания.
5. Особенности доктрины транснационального свободного потока.

## Тема 5

# ЖУРНАЛИСТИКА В ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ И ПРАВОВОМ ГОСУДАРСТВЕ

### План (вопросы для изучения):

1. Функции журналистики как самоорганизующейся системы, типологические особенности.
2. Журналистика как социальный институт: особенности определения «четвертой власти».
3. Специфика и своеобразие политической деятельности в журналистике.
4. Политическая культура журналиста и особенности политического анализа.

**Цель занятий** – изучить особенности реализации основных функций СМИ в их практической деятельности, познакомиться с основными характеристиками журналистики как социального института, рассмотреть специфику и своеобразие политической деятельности в журналистике, обозначить специфику и слагаемые политической культуры журналиста и особенности политического анализа в журналистике.

**Основные понятия и категории:** *функция; исходная функция; пространство функций; идеология; идеологизация; переидеологизация; реидеологизация; массовое сознание; общественное мнение.*

### Литература

#### Источники

1. Боровик А. Скрытая война. – URL: <http://www.bestlib.ru>
2. Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

3. Портал издательского дома «Известия». – URL: <http://www.izvestia.ru/>
4. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actualcomment.ru>
5. Сайт телеканала «НТВ». – URL: <http://ntv.ru>
6. Сайт телеканала «ТНВ». – URL: <http://tnv-tv.ru>
7. Сайт телеканала «Культура». – URL: <http://tvkultura.ru>

### *Теоретическая литература*

8. Бакшин В.В. Основы журналистики: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2009.
9. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008.
10. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам / под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблишер, 2010.
11. Коротков А.В., Кузьмин А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие. – М.: МГИМО-Университет, 2012.
12. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.

### **Задания**

1. Выполните лабораторную работу «Реализация основных функций в практической деятельности СМИ».
2. Выполните лабораторную работу «Модели деятельности средств массовой информации в системе социальных институтов».

### **ИДЕЯ**



Составьте лабораторное задание для начинающего журналиста, в процессе выполнения которого возможно было бы сформировать компетенцию оценки издания (СМИ) с позиций выполнения ими определенных функций, ориентируясь при этом на текст-результат деятельности журналиста.

### **Задача 1**

В массовой аудитории развивается тенденция к потребительской психологии. Опишите эти процессы и обозначьте на конкретном примере (издание по выбору) проблематику потребительской информации, имеющей отражение в СМИ.

### **Задача 2**

Согласно одной из концепций конфликт – суть новостей. Проанализируйте новостной контент одного из СМИ на предмет выявления конфликтов, содержащихся в новостях. Систематизируйте их. Опишите кратко каждую из выделенных подсистем.

### **Задача 3**

Выберите одного из политических обозревателей современной системы СМИ России. Познакомьтесь с его творчеством. Выделите 3–5 материалов, содержащих разные виды политического анализа: полный, частичный и косвенный. Проанализируйте эти тексты, опираясь на модель политического анализа в журналистике, представленную в теоретических положениях.

Составьте по результатам анализа типологический портрет политического обозревателя с подробным описанием выделенного типа. Презентуйте данный портрет на учебной странице курса.

### **Задача 4**

Г. Лассуэлл признан автором модели изучения влияния СМИ на аудиторию. Проанализируйте, опираясь на модель Лассуэлла, особенности влияния выбранного вами средства массовой информации на аудиторию.

### **Задача 5**

Существует понятие «протокольного интервью», которое связано с особенностями деятельности журналиста в органах власти.

Составьте резюме подобного интервью и отразите в нем специфику вашего собеседника и особенности процесса интервьюирования в зависимости от значимости политической фигуры.

### **Темы реферативных исследований**

1. Мобилизующая информация в контексте информирующей функции СМИ.
2. Медиакратия как явление.
3. Мультимедиатизация и СМИ.
4. Медиакультура и ее особенности.
5. Концепция негативной свободы и журналистика.

## Тема 6

### СОЦИАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ ЖУРНАЛИСТА

#### План (вопросы для изучения):

1. Социальные типы журналистики и их специфика. Понятие социальной позиции. Формирование социальной позиции журналиста. Личное, общечеловеческое и групповое. Слагаемые социальной позиции журналиста.
2. Принципы журналистики как фактор выражения социальной позиции.
3. Исторические типы журналистики. Исторические факторы развития журналистики. Социальные позиции журналистов в различные исторические эпохи. Матрица исторических этапов интерпретации социальной позиции.

**Цель занятий** – определить содержание социальной позиции журналиста, а также критерии проявления данной позиции в пространстве публичных коммуникаций.

**Основные понятия и категории:** социальные типы журналистики, социальная позиция журналиста, принцип, принципы журналистики, исторические типы журналистики.

#### ЛИТЕРАТУРА

##### *Источники*

1. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actual-comment.ru>
2. Сайт издательского дома «Комсомольская правда». – URL: <http://www.kp.ru>
3. Сайт издательского дома «Коммерсант». – URL: <http://www.kommersant.ru>
4. Программа «Познер» на первом телеканале. – URL: [http://www.1tv.ru/sprojects\\_editions/si=5756](http://www.1tv.ru/sprojects_editions/si=5756)
5. Сайт МИА «Россия сегодня». – URL: <http://ria.ru>

### *Теоретическая литература*

6. Бакшин В.В. Основы журналистики: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2009.

7. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам/ под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблишер, 2010.

8. Коротков А.В., Кузьмин А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие. – М.: МГИМО-Университет, 2012.

9. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.

### **Задания**

Выполните лабораторную работу: «Формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью: сопоставительный анализ».

### **ИДЕЯ**



Отыщите журналиста, занимающего принципиальную позицию по одному из актуальных вопросов современности. Расспросите его о способах отстаивания позиции и возможностях в преодолении возникающих барьеров. Сделайте пометки «запомнить!» в своем электронном дневнике будущего журналиста.

### **Задача 1**

Напишите эссе на тему «Принципиальность журналиста». Объем – 1 страница. Разместите его на электронной учебной странице курса для обсуждения.

### **Задача 2**

Составьте памятку журналисту, работающему в зоне экстремальных ситуаций о правилах и принципах деятельности.

### **Задача 3**

Проанализируйте поведение журналиста в условиях протокольных мероприятий на примере конкретного СМИ. Опишите принципы, которыми руководствуется журналист.

### **Задача 4**

Выделите интегративные принципы деятельности журналиста и обозначьте условия соблюдения.

#### **Темы реферативных исследований**

1. Миф о свободе печати: реальность и выдумка.
2. Особенности проявления свободы журналистики в контексте мультимедиатизации информационного пространства.
3. Гуманизация журналистики как будущее СМИ.
4. Новый журнализм и новые принципы деятельности.
5. Мифотворчество СМИ.



## Тема 7

# СВОБОДА ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### План (вопросы для изучения):

1. Понятие свободы, необходимости и ответственности. Цензура как историческое явление. Основные виды цензуры, этапы ее развития и процесс осуществления. Ограничения и запреты на цензуру (правовые и политико-правовые основания).

2. Основные конституционные принципы деятельности журналиста. Свобода и произвол: различия.

3. Экономические факторы свободы журналистики. Гарантии и возможности свободы СМИ.

4. Юридические факторы свободы журналистики: концепции юридической стороны свободы СМИ.

5. Теории свободы печати. Мировые организации и международные объединения журналистов в борьбе за свободу прессы.

**Цель занятий** – изучить особенности проявления различных факторов свободы журналистики, проанализировав практику средств массовой информации.

**Основные понятия:** *свобода; необходимость; ответственность; культура свободы; свободный рынок; конкуренция; авторитарная концепция свободы; полная свобода журналистики; ответственная свобода СМИ.*

### Литература

#### *Источники*

1. Интернет-телевидение Russia.ru. – URL: <http://tv.russia.ru>
2. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actual-comment.ru>
3. Портал издательского дома «Известия». – URL: <http://www.izvestia.ru>

4. Третьяков В.Т. Бесхребетная Россия. Статьи из «Российской газеты» 2002–2006 г. – М.: Новости, 2006.

5. Школа эффективного текста «Медиа» Андрея Мирошниченко. – URL: <http://www.aka-media.ru/>

### *Теоретическая литература*

6. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. – Харьков, 2013.

7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.

8. Черных А. Мир современных медиа. – М., 2009.

## **Задания**

Прочитайте и проанализируйте знаменитую статью Фридриха Энгельса «Дебаты о свободе печати». Сравните, что изменилось за прошедший период развития журналистики, а что осталось неизменным. Опишите изменения в форме тезисов, назвав их «Тезисы о медиасвободе».

## **ИДЕЯ**



Остановите свой выбор на свободном медиа, на ваш взгляд. Докажите, что свобода этого средства массовой информации реальна и отличает его от всех, существующих рядом. Изложите свои доказательства в форме речи защитника свободы прессы.

## **Задача 1**

Обозначьте факторы свободы журналистской деятельности, заполните по результатам исследования таблицу.

*Таблица*

Факторы свободы журналистской деятельности

Наименование фактора	Общая характеристика	Средства и способы проявления в деятельности СМИ

## Задача 2

Опишите основные концепции свободы СМИ. Результаты занесите в таблицу.

Таблица

Концепции свободы СМИ

<i>Концепции свободы</i>	<i>Теоретическая основа концепции</i>	<i>Авторы концепции</i>	<i>Основные положения</i>	<i>Отличие от других концепций</i>

## Задача 3

Составьте перечень международных организаций журналистов, принимающих участие в защите свободы СМИ. Результаты занесите в таблицу.

Таблица

Международные организации и международные объединения журналистов, выступающие за свободу СМИ

<i>Наименование организации</i>	<i>Уровень организации и статус</i>	<i>Общие положения программы организации</i>	<i>Участники организации и поле их деятельности</i>

## Темы реферативных исследований

1. Теоретические и практические различия между свободой и произволом в СМИ.
2. Цензура как историческое явление в журналистике.
3. Ресурсы расширения экономической свободы СМИ.
4. Доступ к информации как фактор свободы СМИ.
5. Свободная интерпретация информации в СМИ.

## Тема 8

# ЖУРНАЛИСТИКА КАК СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

### План (вопросы для изучения):

1. Понятия информационной системы, информационной сферы и информационной структуры. Признаки системности в журналистике.
2. Медиасистема как совокупность каналов трансляции информации: особенности структурных и содержательных характеристик. Разновидности медиасистем.
3. Этапы развития российской медиасистемы. Группы средств массовой информации. Основы типологического анализа СМИ.

**Цель занятий** – изучить особенности периодизации функционирования системы средств массовой информации современной России и определить основные тенденции их развития.

**Основные понятия и категории:** *медиаресурсы; реформы в информационной сфере; регионализация; глокализация; модели СМИ; глобализация, прогресс ИКТ; тенденции развития СМИ.*

### Литература

#### *Источники*

1. Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
2. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actual-comment.ru>
3. Соколов-Митрич Д. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.

#### *Теоретическая литература*

4. Дорошук Е.С. Индивидуализация обучения студентов-журналистов культуре творческой деятельности. – Казань: Изд-во Казанского государственного университета, 2009.

5. Журналистика. Общество. Ценности. – СПб.: Петрополис, 2012.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – СПб., 2002.
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.
8. Свитич Л.Г. Профессия – журналист. М., 2012.

### **Задания**

Выполните лабораторную работу «Типологическая лаборатория региональной периодики».

#### **Задача 1**

Вы написали материал по проблемам развития музыкальной культуры в регионе. В каком средстве массовой информации ваш материал примут и опубликуют. Обоснуйте.

#### **Задача 2**

Редактор дает вам задание побывать на открытии выставки, имеющей всемирное значение. Вы побывали на выставке и сделали не один, а три материала в разных жанрах. Но редактор просит только один материал. Как вы поступите? Обоснуйте ответ.

#### **Задача 3**

Вы работаете над материалом на тему «Реформа высшего образования», но опубликовать его в региональных СМИ не представляется возможным, так как в регионе нет специализированного издания. Какое издание вы будете искать? Обоснуйте ответ.

#### **Задача 4**

Вы решили открыть собственное СМИ. Опишите проблемы, которые вам предстоит решить при открытии собственного средства массовой информации.

### **Темы реферативных исследований**

1. Глобализация и ее влияние на деятельность средств массовой информации.
2. Проблемы формирования новых средств массовой информации в условиях глокализации.
3. Глокализация: границы влияния в журналистике.
4. Предмет инноваций в журналистике.
5. Инновационные технологии в развитии средств массовой информации России.

## Тема 9

### МАССОВО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА ЖУРНАЛИСТИКИ

#### План (вопросы для изучения):

1. Печать, радиовещание и телевидение в структуре системы СМИ России. Новые средства массовой информации.
2. Взаимодействие СМИ. Особенности и типы взаимодействия.
3. Понятие мирового информационного порядка, закономерности его развития. Делегирование полномочий, взаимодействие, формирование политики сотрудничества.

**Цель занятий** – освоить принципы построения журналистики как системы средств массовой информации и изучить системный подход к СМИ в контексте развития информационной системы России.

**Основные понятия и категории:** *медийные структуры; рынок информации; рынок СМИ; рекламный рынок; инфотейнмент; медиакратичность современного общества; вектор развития СМИ – глобальный мейнстрим; медиapolитическая система; уровни российской информационной системы.*

#### Литература

##### *Источники*

1. Портал «Актуальные комментарии». – URL: <http://actual-comment.ru>
2. «Тем временем с Александром Архангельским». Передача телеканала «Культура». – URL: [http://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/20905](http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20905)
3. Газета «Вечерняя Казань». – URL: <http://www.evening-kazan.ru>
4. Газета «Казанские ведомости». – URL: <http://www.kazved.ru>
5. Интернет-газета «Газета.Ru». – URL: <http://m.gazeta.ru>

### *Теоретическая литература*

6. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2012.

7. Средства массовой информации современной России / под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2009.

### **Задания**

Выполните лабораторную работу: «Восприятие новостей в системе СМИ: специфика печати, радио, телевидения, Интернет»



### **ИДЕЯ**

Составьте подборку новостей, ориентируясь на события ближайшей недели. Адаптируйте ее к печатному изданию, радиовыпуску и интернет-газете. Опишите особенности каждого из выпусков.

### **Задача 1**

Опишите радиоканал по выбору как средство массовой информации.

### **Задача 2**

Опишите телеканал по выбору как средство массовой информации.

### **Задача 3**

Опишите интернет-СМИ по выбору как средство массовой информации.

### **Задача 4**

Проанализируйте процесс развития какого-либо (на выбор) средства массовой информации региона по критериям, самостоятельно выделенным по результатам изучения темы. Постройте модель развития данного СМИ и обозначьте перспективы его дальнейшей модернизации.



### **Задача 5**

Сравните термины «нишевая аудитория» и «гипернишевая аудитория» по отношению к интернет-СМИ.

#### **Темы реферативных исследований**

1. Новая инфосфера и ее особенности.
2. Новости как «скоропортящийся» товар.
3. Новые электронные медиа.
4. Ньюсрум: формы организации и деятельности.
5. Объективность в новостях: принципы и формы подачи.

## Тема 10

### Особенности и виды журналистской деятельности

#### План (вопросы для изучения):

1. Понятие видов журналистской деятельности. Редакторская, организаторская и авторская деятельности.
2. Информационная политика издания как объединяющий фактор в деятельности журналистов.
3. Программа СМИ: составляющие. Три стороны реализации информационной политики издания: пропаганда, агитация, контр-пропаганда. Формы реализации информационной политики.
4. Типы журналистского творчества. Субъект журналистской деятельности.

**Цель занятия** – освоить видовые характеристики журналистской деятельности и характеристики информационной политики, выработать навыки осуществления различных видов деятельности журналистом и основные принципы формирования информационной политики и ее реализации.

**Основные понятия и категории:** *информационная политика издания, реализация информационной политики, пропаганда, агитация, контрпропаганда, формы реализации информационной политики, типы журналистского творчества.*

#### Литература

##### *Источники*

1. Аграновский В. Вторая древнейшая. – М., 2000.
2. Волковский Н.Л. 111 бак для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
3. Соколов-Митрич Д. Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке? – СПб.: Питер, 2012. – 256 с.

### *Теоретическая литература*

4. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008.
5. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М., 2004.
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2008.
8. Шарков Ф.И. Теория коммуникаций. – М., 2006.

### **Задания**

1. Выполните лабораторную работу «Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ».
2. Выполните лабораторную работу «Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания. Информационный проект».



### **ИДЕЯ**

Разработайте план-программу творческого медиапроекта, в котором представьте наряду с описанием специфики проекта этапы внедрения проекта и ожидания от его реализации.

### **Темы реферативных исследований**

1. Менеджмент в системе СМИ.
2. Маркетинговые стратегии средств массовой информации.
3. Специфика информационной политики современного СМИ.
4. Формы и методики организационной деятельности современного средства массовой информации.
5. Авторские права в журналистике.
6. Специфика проектов в журналистике.
7. Особенности проектного мышления журналиста.
8. Персонификация в журналистике и медиапроектировании.
9. Особенности продюсерской деятельности в журналистике.
10. Универсализация и медиапроектирование.

## Тема 11

# ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ДЕЙСТВЕННОСТЬ ЖУРНАЛИСТИКИ

### План (вопросы для изучения):

1. Понятие эффективности журналистской практики. Основные виды результатов работы СМИ.
2. Эффективность и действенность журналистики. Результативность журналистики. Эффекты журналистики.
3. Типы социальных задач. Формы подготовки решений в прессе. Референдум, экспертиза, моделирование и рекомендации. Факторы действенности.

**Цель занятия** – освоить методику оценки эффективности и действенности журналистских выступлений.

### ЛИТЕРАТУРА

#### *Источники*

1. Волковский Н.Л. 111 баек для журналистов. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
2. Школа эффективного текста «Медиа» Андрея Мирошниченко. – URL: <http://www.aka-media.ru/>

#### *Теоретическая литература*

3. Дорошук Е.С. Индивидуализация обучения студентов-журналистов культуре творческой деятельности. – Казань: Изд-во Казанского государственного университета, 2009.
4. Журналистика. Общество. Ценности. – СПб.: Петрополис, 2012.
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – СПб., 2002.
6. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.
7. Свитич Л.Г. Профессия – журналист. М., 2012.

## Задания

1. Выполните лабораторную работу «Свойства журналистского произведения как факторы эффективности».
2. Выполните лабораторную работу «Изучение личностных качеств журналиста».



## ИДЕЯ

Создайте виртуальную творческую мастерскую эффективного журналистского текста. Опишите ее структуру и составьте проблемно-тематический план ее работы. Опишите также ожидания от ее деятельности для будущего журналиста.

## Темы реферативных исследований

1. Творческие факторы эффективности журналистского текста.
2. Объективный журнализм.
3. Ответственность самоцензуры журналиста.
4. Пандитократия в СМИ.
5. Парадокс разнообразия в развитии медиаиндустрии.

## Р а з д е л 3

### ПИСЬМЕННЫЕ РАБОТЫ ПО КУРСУ

#### *Лабораторная работа 1*

##### Типы и виды информации в журналистском тексте

**Задание:** определить типы и виды информации в журналистском тексте, обеспечивающие его информативность с точки зрения семиотического подхода.

**Цель работы:** сформировать навыки и умения оценки журналистской информации на основе анализа информативности материалов СМИ.

**Задачи:**

- а) освоить слагаемые информативности журналистского материала;
- б) рассмотреть типы и виды журналистской информации, обеспечивающие информативность материала;
- в) провести типовой и видовой анализ информации в журналистском тексте;
- г) составить информативную модель журналистского текста.

##### Алгоритм работы

Выберите два журналистских материала, объемом не менее 300 строк, опубликованных в общественно-политической газете или журнале. Прочитайте их внимательно и оцените типы информации по различным аспектам (прагматическому, синтаксическому и семантическому).

2. Составьте карточку анализа по образцу. Вверху карточки пишется название материала, автор, место и время выхода. Характеристики информации обозначаются соответствующими индексами.

3. Прочитав текст, оцените прагматические его показатели по пятибалльной системе. Заполните первую колонку карточки.

4. Оцените текст по абзацам: в каждом на полях проставьте обозначение вида информации, который содержится в данном аб-

заце. Это анализ семантического аспекта и выделение элементов сообщения. Виды и типы информации, и их обозначения даны в таблице. Заполните вторую колонку карточки.

5. Исходя из выделенных элементов в п. 2 составьте формулу текста, которая отражает порядок расположения элементов в материале. Это синтаксическая характеристика текста. Заполните третью колонку.

6. Сделайте выводы, в которых отразите основные характеристики текстов, в соответствии с наличием тех или иных выделенных вами элементов информации:

### Карточка анализа

<i>Автор</i>	<i>Название материала</i>	<i>Наименование СМИ, в котором опубликован материал и дата выхода</i>
Прагматический аспект	Семантический аспект	Синтаксический аспект
Д-декодируемость – 4 Н-небанальность – 3 Р-релевантность – 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>описание +</li> <li>оценка +</li> <li>предписание +</li> <li>норма -</li> </ul>	S = dddvdpn (Формула текста)

Таблица

### Характеристики информации в журналистском тексте

<i>Характеристики</i>	<i>Содержательные компоненты</i>
<b>СЕМИОТИЧЕСКИЙ</b>	<b>ПОДХОД</b>
<b>Прагматический аспект (греч. <i>Pragma</i> – дело, действие)</b>	<p>Эффективность информации, восприятие, важность и полезность для аудитории – прагматическая адекватность.</p> <p>Условия информативности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>декодируемость – понятность, доступность;</li> <li>небанальность – новизна, оригинальность;</li> <li>релевантность – общезначимость, важность для аудитории, степень соответствия ее потребностям и интересам.</li> </ul>

<b>Семантический аспект</b> <b>(греч. Semantikos – обозначающее значение)</b>	Связан со значением, содержанием, смыслом информации – семантическая адекватность. Структурные элементы информации: <ul style="list-style-type: none"> <li>• дескриптивная-описательная – D;</li> <li>• прескриптивная-предписывающая – P;</li> <li>• валюативная-оценочная – V;</li> <li>• нормативная-указывающая на способ действия – N.</li> </ul>
<b>Синтаксический аспект</b> <b>(греч. Sintaktikos – стоящий по порядку, приводящий в порядок)</b>	Связанный с соотношением элементов внутренней структуры информации, в частности, элементов семантического аспекта.

## *Лабораторная работа 2*

### **Журналист в поиске информации: моделирование процесса информационного поиска**

**Задание:** составить модель процесса информационного журналистского поиска на тему: «вуз: информационные портреты».

**Цель работы:** сформировать умения поиска информации в локализованном информационном поле (пространстве информации).

#### **Задачи:**

а) собрать наибольшее число информационных поводов за оговоренный ранее временной период в локальном поле – вузовские события за неделю;

б) классифицировать собранные поводы и перевести их в форму информации, охарактеризовав ее по обозначенным критериям;

в) отобрать наиболее успешные в информационном отношении информационные материалы и распределить их по степени значимости и географии влияния;

г) смоделировать систему поиска информации для локального информационного поля.



## Алгоритм лабораторной работы

1. Подготовительный период. Разбиться на производственно-эвристические группы – не более пяти человек каждая и в течение недели заранее собрать все информационные поводы в пространстве информации вуза. Отразить эти поводы в письменной форме.

2. Работа в группах в аудитории. Каждая группа составляет свою классификацию информационных поводов, разграничивая их: по масштабу воздействия; степени объективности; актуальности; соответствию аудиторным интересам. Классификации необходимо занести в таблицу-матрицу. Образец таблицы прилагается. Вы можете предложить оригинальный вариант таблицы-матрицы информационных поводов.

**Образец таблицы-матрицы 1**

<i>Наименование признака классификации</i>	<i>1 группа информационных поводов</i>	<i>2 группа информационных поводов</i>	<i>3 группа информационных поводов</i>
Масштаб воздействия			
Степень объективности			
Актуальность			
Соответствие аудиторным интересам			

3. Нарисуйте в группе «Дерево информации», в котором отразите процесс распределения информационных поводов по изданиям, в зависимости от признаков классификации. Издания выбирайте произвольно (это могут быть как печатные, так и электронные СМИ).

4. Постройте графическую модель системы поиска информации для локального информационного поля, в которой отразите особенности поиска информации в условиях ограниченного пространства вуза.

5. Защитите (презентуйте) данную модель и выведите формулу сбора информации в условиях локальных информационных полей.

### *Лабораторная работа 3*

#### **Реализация основных функций в практической деятельности СМИ**

**Задание:** сопоставление функциональных моделей средств массовой информации общенационального и регионального уровня.

**Цель работы:** определить механизм реализации основных функций СМИ в изданиях разного уровня распространения.

**Задачи:**

а) разработать критерии оценки реализации функций средствами массовой информации общенационального и регионального уровней распространения;

б) обозначить элементы функциональной модели общенационального СМИ и методы их реализации;

в) обозначить элементы функциональной модели регионального СМИ и методы их реализации;

г) сопоставить модели реализации функций общенационального и регионального СМИ.

#### **Алгоритм лабораторной работы**

1. Выберите произвольно два СМИ общенационального и регионального уровня распространения. Внимательно прочитайте или просмотрите выпуски СМИ в течение недели, подготовив блокнот, в котором отразились основные функции, занимавшие лидирующие позиции в тот или иной день.

2. Разработайте критерии оценки реализации функций в СМИ разного уровня. Для этого выделите основные функции СМИ и рассмотрите соответствие их основным выступлениям СМИ за обозначенный период времени. Затем выпишите обозначения главных материалов номера (выпуска), сделав их условными, и сопоставьте: какие оценки даются в этих материалах, решению какой задачи соответствуют эти оценки: идеологической, культурно-просветительской, развлекательной и т. д. В итоге у вас получится перечень критериев, которые вы будете использовать при описании механизма реализации функций. Результаты занесите в таблицу по образцу 1. Где ОФ – общенациональное СМИ, а Р – региональное.

Образец 1

<i>Критерий реализации функций</i>	<i>Наименование СМИ (1 – ОФ)</i>	<i>Наименование СМИ (2 – Р)</i>	<i>Средства реализации</i>
Характер оценки события (критический, положительный, юмористический, сатирический, резко отрицательный, нейтральный и пр.)			

3. Выделите элементы реализации функций общенационального СМИ. Выстройте их в порядке значимости в лестницу функций: принцип подчиненности нижестоящей вышестоящей здесь будет основным.

4. Выделите элементы реализации функций регионального СМИ. Также как и в п. 3 постройте лестницу функций.

5. На основании п. 3 и 4 составьте модели реализации функций ОФ и Р СМИ. Они должны иметь графический и текстовый варианты.

6. Сопоставьте модели реализации функций по критериям, которые выделите самостоятельно, опираясь на проделанный выше анализ. Результаты занесите в таблицу образца 2.

Образец 2

<i>Критерии оценки моделей реализации функций СМИ</i>	<i>ОФ СМИ</i>	<i>Р СМИ</i>	<i>Функциональная направленность ОФ СМИ</i>	<i>Функциональная направленность Р СМИ</i>

7. Сделайте выводы, в которых отразите результаты сопоставления моделей реализации функций, обозначив факторы, влияющие на эффективность реализации той или иной функции в СМИ разного уровня распространения.

## *Лабораторная работа 4*

### **Модели деятельности средств массовой информации в системе социальных институтов**

**Задание:** определить особенности деятельности СМИ, ориентируясь на три социальных типа СМИ в демократическом обществе.

**Цель работы:** выявить основные типические черты моделей СМИ на примере конкретного печатного издания (газеты, журнала и т. д.).

**Задачи:**

- а) определить характерные черты социальных типов СМИ;
- б) построить модель деятельности конкретного социального типа СМИ (на выбор);
- в) охарактеризовать модель деятельности конкретного печатного СМИ в соответствии с типическими особенностями.

### **Алгоритм лабораторной работы**

1. Выберите одно из печатных средств массовой информации, с деятельностью которого вы хорошо знакомы. Внимательно прочитайте номер(а) издания и составьте особое мнение по результатам этого чтения на предмет характеристик той или иной модели деятельности СМИ.

2. Выделите критерии основных социальных типов СМИ: гражданского; государственного и государственно-общественного. Составьте по результатам таблицу-матрицу, в которой отразите основные критерии каждого типа.

3. Охарактеризуйте деятельность выбранного вами СМИ по показателям: цель деятельности СМИ; представление тех или иных интересов; очевидность (или неочевидность) цензуры; степень «плюралистичности» материалов и в целом издания; тематический диапазон; собственность (кому принадлежит издание). По результатам этой характеристики составьте таблицу по образцу 1.

Основные характеристики деятельности \_\_\_\_\_  
(наименование издания)

<i>Наименование критерия</i>	<i>Наличие или отсутствие в издании</i>	<i>Общая характеристика критерия, в чем проявляется в издании</i>

4. Сопоставьте деятельность выбранного вами СМИ с таблицей-матрицей (п. 2), в которой отражены основные характеристики социальных типов СМИ. Разместите информацию об изучаемом СМИ в таблице-матрице. Рассмотрите с точки зрения соответствия или несоответствия тому или иному типу СМИ.

5. Составьте итоговую модель-описание деятельности изучаемого СМИ. Отрадите эту модель в таблице по образцу 2.

Модель-описание деятельности \_\_\_\_\_  
(наименование издания)

<i>Соответствие социальному типу СМИ</i>	<i>Базовые положения информационной политики</i>	<i>Цель деятельности</i>	<i>Отличие от других типов СМИ</i>	<i>Условия реализации возможностей данного СМИ как социального типа</i>

6. Опишите перспективы дальнейшего развития изучаемого издания с точки зрения соответствия или несоответствия определенному социальному типу СМИ. Обозначьте, какие факторы влияют на этот процесс. Это и будут выводы по вашей лабораторной работе.

## *Лабораторная работа 5*

### **Формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью: сопоставительный анализ**

**Задание:** сопоставить формы проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью в условиях публичных коммуникаций.

**Цель работы:** определить особенности социальной функции журналиста и специалиста по связям с общественностью.

**Задачи:**

а) провести анализ понятий «социальная позиция журналиста» и «социальная позиция специалиста по связям с общественностью»;

б) определить критерии проявления социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью;

в) опросить практиков-журналистов и PR-специалистов, используя методику глубинного интервью, на предмет проявления социальной позиции;

г) выявить формы проявления социальной позиции;

д) построить матрицы социальной позиции журналиста и специалиста по связям с общественностью и сопоставить их по критериям.

### **Алгоритм лабораторной работы**

1. На основании анализа теоретической литературы определите рабочие понятия, которые вы будете в дальнейшем использовать в процессе работы. Понятие «социальная позиция журналиста» и понятие «социальная позиция PR-специалиста». **Важно! Работа выполняется в исследовательских группах, составом 3–5 человек.**

2. Сопоставьте эти понятия и определите критерии оценки социальной позиции журналиста и PR-специалиста. Критерии занесите в таблицу по образцу 1.

3. На основании выделенных критериев составьте анкету-опросник или перечень вопросов, которые используйте в интервью

с практиками-журналистами и PR-специалистами. Заранее подготовьтесь к этим интервью: определите кандидатуры (не менее пяти-шести); договоритесь о времени проведения интервью; подготовьте материалы, в которые вы будете вносить результаты интервью – диктофоны, опросные листы и т. д.; определите место, где вы будете проводить интервью; распределите роли в момент интервьюирования.

4. Проведите интервью.

5. Определите по результатам интервью, какие формы проявления социальной позиции журналистов и PR-специалистов наиболее активно используются на практике, от каких факторов они зависят и каковы тенденции их развития.

6. На основании проведенного теоретического и экспериментального исследования постройте матрицы социальной позиции журналиста и PR-специалиста, в которых отразите критерии проявления социальной позиции, формы, условия и тенденции развития социальной позиции. Форма произвольная.

7. Проведите сравнительный анализ матриц и сделайте на основании его выводы о специфике проявления социальной позиции в публичной сфере в двух видах деятельности: журналистике и связях с общественностью.

*Образец 1*

<i>Критерии оценки социальной позиции</i>	<i>Социальная позиция журналиста</i>	<i>Социальная позиция PR-специалиста</i>
Наименование критерия	Особенности проявления в журналистике	Особенности проявления в связях с общественностью
Наименование критерия и т. д.		

## *Лабораторная работа 6*

### **Восприятие новостей в системе СМИ: специфика печати, радио, телевидения, Интернет**

**Задание:** определить специфику новостей в разных средствах массовой информации.

**Цель работы:** проследить, как воспринимаются новости в зависимости от того, какой канал использован для их передачи.

#### **Задачи:**

а) сделать обзоры новостей за неделю, параллельно передававшихся и опубликованных в печатных СМИ, на радио, телевидении и в Интернет (образец обзора и методика работы над ним дана в Приложении № 2);

б) провести опросы фокус-групп, раскрывающие особенности восприятия новости на радио, телевидении и в печати (методика фокус-группы дана в Приложении № 3);

в) обозначить специфику «говорящей» новости и напечатанной новости, провести их сравнительный анализ по критериям.

### **Алгоритм лабораторной работы**

**Важно!** Работа проводится в исследовательских группах 3–5 человек.

1. Проведите обзоры новостей, выбрав для этого региональные СМИ: газету, радиоканал, телеканал, Интернет-издание. Обзоры должны охватывать события не менее чем за неделю.

2. Выделите одинаковые информационные поводы, переданные по разным каналам СМИ и сопоставьте формы и специфику их передачи. Результаты сопоставления занесите в таблицу по образцу 1.

3. Проведите исследования особенностей восприятия разных новостей в фокус-группах, в которых отследите специфику радио, телевизионной и печатной новости: особенности ее воздействия и восприятия.

4. Составьте сводную таблицу отличия воздействия и восприятия печатной, радио и телевизионной новости и обозначьте эффективность каждой из них. Сводная таблица составляется произвольно.



5. Подведите итоги в коротком резюме, где обозначьте отличия новостных форм в системе массовой информации.

*Образец 1*

Наименование информационного повода	Формы подачи (канал)				Специфика подачи (канал)			
	<i>РВ</i>	<i>ТВ</i>	<i>Печать</i>	<i>Интернет</i>	<i>РВ</i>	<i>ТВ</i>	<i>Печать</i>	<i>Интернет</i>
Информационный повод 1								
Информационный повод 2								
Информационный повод 3 и т. д.								

### *Лабораторная работа 7*

#### **Типологическая лаборатория региональной периодики**

**Задание:** составить типологический портрет регионального периодического издания.

**Цель работы:** освоить методы типологического анализа периодических изданий региона.

#### **Задачи:**

а) выделить критерии типологического анализа периодического издания региона;

б) проанализировать в соответствии с типологическими характеристиками одно из региональных периодических изданий (газета или журнал);

в) обозначить особенности типологических характеристик данного периодического издания, зафиксировав их в графической модели издания; заполнить таблицу – итог лабораторного исследования.

## Алгоритм лабораторной работы

**I. Подготовительный этап.** Познакомьтесь с деятельностью какого-либо периодического издания региона (это может быть газета, бюллетень, журнал и т. д. – традиционный печатный вариант). Для этого посетите редакцию данного издания, познакомьтесь со структурой редакции и методами организации журналистского труда. Также отследите несколько номеров газеты (издания) за период не менее месяца. Выберите несколько номеров (1–3) для предметного типологического анализа в условиях лаборатории периодических изданий.

### II. Собственно-исследовательский этап.

1. В условиях лаборатории периодических изданий определите основные типологические черты данного издания, предварив их описанием общих характеристик газеты (журнала и т. д.). Для этого используйте схему описания:

- а) название издания
- б) год основания
- в) учредители
- г) город (страна) основания
- д) периодичность выхода
- е) вид собственности
- д) основные тематические направления
- е) главный редактор
- ж) структура редакции (наименование отделов, тематических отделений и т. д.).

2. Составьте классификацию типологических признаков издания по вертикальному принципу, то есть в соответствии с административно-территориальным устройством региона. За основу берется не место издания, а обслуживаемая территория. Этот признак обозначьте – **регион распространения**.

3. Составьте описание издания по порядку его учреждения: согласно законодательству – регистрационному. Обозначьте отношение издания к группам влияния (частным собственникам, администрациям и т. д.). Этот признак обозначьте – **учредитель**.

4. Составьте описание издания в соответствии с характером информации, передаваемой им. Главным ориентиром здесь служат аудиторные запросы и удовлетворение изданием потребительских интересов. Этот признак обозначьте – **аудитория**.

5. Составьте описание издания с точки зрения качественности и массовости – газета мнений или газета новостей. Этот признак обозначьте – **качественность**.

6. Составьте описание издания с точки зрения издательских характеристик: периодичности, объема, техники производства и формата издания. Этот признак обозначьте – **издательские характеристики**.

### III. Завершающий этап.

Результаты ваших исследований занесите в таблицу по образцу 1.

*Образец 1*

Типологическая карточка периодического издания  
(газеты, журнала и т. д.) \_\_\_\_\_

наименование

<i>Главный редактор, форма собственности, год основания</i>	<i>Регион распространения</i>	<i>Учредители</i>	<i>Аудитория Сегмент рынка</i>	<i>Вид издания</i>	<i>Издательские характеристики</i>

## Лабораторная работа 8

### Слагаемые редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике: сравнительный анализ

**Задание:** сравнить три вида деятельности, характерных для журналистики.

**Цель работы:** закрепить понимание особенностей редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике.

### **Задачи:**

- а) определить специфику редакторской, авторской и организаторской деятельности в журналистике;
- б) проанализировать деятельность редактора СМИ по критериям;
- в) проанализировать деятельность журналиста-автора по критериям;
- г) проанализировать массовую работу СМИ по критериям;
- д) построить сравнительную матрицу видов деятельности в СМИ.

### **Алгоритм лабораторной работы**

1. Определить критерии всех трех видов деятельности в журналистике: редакторской, авторской и организаторской. Для этого составить таблицу-матрицу на основе изучения форм и методик деятельности в журналистике. Образец 1.

2. Определить персон, с которыми предстоит работать: редактора СМИ региона; журналиста-автора, работающего в СМИ региона.

3. На основании критериев, выделенных в п. 1, рассмотреть деятельность редактора СМИ и журналиста-автора, выделяя в них редакторскую, авторскую и организаторскую компоненты. Это изучение может носить форму интервью или опроса, включенного наблюдения или эксперимента. По результатам этого исследования вы составляете сводную таблицу форм и методик деятельности журналистов (образец 2).

4. На основании анализа сводной таблицы вы строите матрицу видов деятельности в СМИ. Структура матрицы зависит от того количества форм и методик, которые были выделены вами в результате исследования и межличностных контактов с журналистами. Матрица имеет графическую и описательную формы. Графическая форма может быть воплощена в виде графика, схемы, рисунка и т. д.

5. Сделайте выводы по работе, в которых отразите характер видов деятельности в СМИ и их взаимовлияние и взаимопроникновение.

Образец 1

<i>Критерии деятельности в СМИ</i>	<i>Редакторская деятельность</i>	<i>Авторская деятельность</i>	<i>Организаторская деятельность</i>
Наименование критерия 1	В чем проявляется	В чем проявляется	В чем проявляется
Наименование критерия 2 и т. д.			

Образец 2

<i>Виды деятельности в СМИ</i>	<i>Формы деятельности в СМИ</i>	<i>Методы деятельности в СМИ</i>	<i>Рейтинг вида деятельности</i>
Редакторская деятельность			
Авторская деятельность			
Организаторская деятельность			

### *Лабораторная работа 9*

#### **Журнал и газета в структуре системы СМИ: разработка информационной политики издания**

#### **Информационный проект**

**Задание:** выявить особенности информационной политики изданий в системе средств массовой информации региона.

**Цель работы:** разработать проект информационной политики печатного издания (газеты или журнала).

#### **Задачи:**

а) проанализировать печатную журналистику региона, дав типологические характеристики ведущим изданиям газетно-журнального направления;

б) выявить основные слагаемые концепции печатного СМИ, включая его информационную политику;

в) составить проект информационной политики виртуального СМИ (газеты или журнала).

### **Алгоритм лабораторной работы**

**Важно!** Работа выполняется в исследовательских группах 3–5 человек, формирующихся произвольно студентами.

1. Провести типологический анализ региональных печатных СМИ: газет и журналов, выходящих в регионе, ориентируясь на критерии и типологические признаки, выделенные в работе 4.2.

2. На основании типологического анализа составить мини-картотеку газетно-журнальных изданий региона и отобрать из них те (2–3), которые наиболее соответствуют тематике и направленности, принятой исследовательской группой.

3. Провести системно-концептуальный анализ отобранных СМИ, ориентируясь на их положение в региональной системе СМИ, популярность, степень оперативности и формы подачи информационных материалов. Составить карты концепции газеты и журнала. Форма произвольная.

4. На основании карт концепции составить обобщенные характеристики элементов, составляющих информационную политику печатного СМИ, где отразить: а) особенности печатного процесса передачи информации как визуального; б) особенности визуального восприятия информационных сообщений; в) особенности выработки тематической модели газеты или журнала; г) разнообразие (спектр) проблем, затрагиваемых изданием; д) качество информации, производимой изданием; е) направленность издания. Эти характеристики занести в таблицу-матрицу произвольно.

5. Используя обобщенные характеристики информационной политики печатного СМИ составить проект информационной политики виртуального СМИ, разработав его название, логотип, слоган, рубрику, тематические направления и особенности подачи новостей. Оформить проект как информационную политику СМИ, обязательно включив в него: резюме, введение, описание маркетинга проекта (подробные методические рекомендации по работе над информационным проектом содержатся в Приложениях).

## **Лабораторная работа 10**

### **Свойства журналистского произведения как факторы эффективности**

**Задание:** выявить свойства журналистского произведения и описать их как факторы, влияющие на эффективность журналистской деятельности.

**Цель работы:** выделить основные приемы и методы, используемые журналистом в тексте при изложении информации, обозначив их как свойства журналистского текста.

**Задачи:**

а) проанализировать тексты ведущих журналистов региона, дав факторные характеристики приемам и методам изложения информации;

б) выявить основные свойства журналистских текстов как факторы их эффективности в контексте информационной политики издания;

в) описать эффекты и эффективность как сторону результативности журналистского творчества.

### **Алгоритм лабораторной работы**

1. Выберите для анализа 3 журналистских произведения, опубликованных в газете, журнале или Интернет-издании. Объем каждого текста должен составлять не менее 300 строк.

2. Обозначьте свойства журналистского текста, влияющие на его эффективность. Выпишите эти свойства в таблицу 1. Это будут критерии оценки журналистских произведений с учетом их эффективности.

3. Проанализируйте выбранные вами тексты на предмет проявления в них свойств, влияющих на эффективность. Заполните таблицу 2.

4. Напишите небольшое по объему эссе о путях достижения журналистом популярности по результатам проведенного анализа журналистских текстов. Главной идеей в данном эссе является выражение: достижение популярности является важнейшим путем к эффективности.

5. Сделайте выводы по проделанной работе, сравнив при этом степени проявления свойств в каждом журналистском произведении.

*Таблица 1*

Свойства журналистского текста,  
влияющие на его эффективность

<i>Свойства / Критерии оценки</i>	<i>Общая характеристика свойства / критерия</i>	<i>Формы проявления в журналистике</i>
1. Близость / Степень близости с аудиторией		
2. ...		

*Таблица 2*

Проявление свойств, влияющих  
на эффективность в журналистских текстах

<i>Текст: название, ав- тор, издание, дата публика- ции, объем</i>	<i>1 критерий (наи- менование)</i>		<i>2 критерий (наи- менование)</i>		<i>3 критерий (наименование)</i>	
	<i>Форма проявления в тексте</i>	<i>При- мер</i>	<i>Форма проявления в тексте</i>	<i>При- мер</i>	<i>Форма проявления в тексте</i>	<i>При- мер</i>

### *Лабораторная работа 11*

#### **Изучение профессиональных качеств личности журналиста**

**Задание:** построить типовую модель личности журналиста.

**Цель работы:** освоить качественные характеристики и требования, предъявляемые к личности журналиста.

**Задачи:**

а) провести опрос среди работников СМИ о качествах личности журналиста;

б) составить типовое описание требований, предъявляемых журналисту на примере конкретного СМИ;



в) обобщить требования к журналисту и составить на этой основе типовую модель личности журналиста.

### **Алгоритм лабораторной работы**

**Важно!** Данная работа выполняется в исследовательских группах, которые формируются произвольно (3–5 человек).

1. Выберите редакцию регионального СМИ, которое будет объектом вашего исследования.

2. Составьте на основании анализа теоретического материала опросник, в котором отразите основные профессиональные качества личности журналиста и принципы его поведения.

3. Опросите представителей редакции СМИ, согласно составленному опроснику.

4. Подведите итоги опроса. По итогам составьте сводную таблицу-матрицу профессиональных качеств личности журналиста.

5. На основании выделенных качеств составьте модель личности журналиста, которую оформите в двух вариантах: вербальном и графическом.

6. Сравните качества, включенные в типовую модель, со своими качествами и сделайте вывод о готовности к работе журналистом.

## **Р а з д е л 4**

### **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

#### **Реферативное исследование**

Реферативное исследование – одна из форм самостоятельной работы студента по данному курсу. Это исследование, которое студенты проводят в течение всего семестра и защищают на аудиторных занятиях.

#### **Темы-задания для самостоятельных реферативных исследований**

1. Каким я представляю себе будущее средств массовой информации в регионе? (Форма – медиапроект).
2. Каковы результаты глобализации через внедрение в практику журналистов Интернета? (Форма – теоретический прогноз).
3. Как формируется инновационная среда журналистики? (Форма – медиапроект).
4. В чем отражается функциональная направленность журналистского текста? (Форма – контент-аналитическое исследование).
5. Какие факторы влияют на действенность журналистских выступлений в электронных медиа? (Форма – контент-аналитическое исследование).
6. Как осуществляется контроль за результативностью выступлений в СМИ? (Форма – теоретическое исследование).
7. Как определить эффективность воздействия радиoinформации? (Форма – теоретическое исследование).
8. Как воздействует журналистский текст на аудиторию? (Форма – функциональный анализ).
9. Каковы особенности деятельности телевизионного канала регионального уровня в полилингвистическом пространстве? (Форма – теоретическое исследование).
10. В чем отличия воздействия на аудиторию телевизионной информации? (Форма – теоретическое исследование).

11. Какие особенности воздействия отличают Интернет-издания? (Форма – теоретическое исследование).

12. В каких формах проявляется социальная позиция журналиста в процессе подготовки журналистского материала? (Форма – теоретическое исследование).

13. В чем особенность регионального информационного поля? (Форма – функциональный анализ).

14. Как формируется информационная политика современного печатного издания? (Форма – теоретическое исследование).

15. Как проявляется познавательная функция в современном журнале? (Форма – функциональный анализ).

16. Каковы юридические факторы свободы журналистской деятельности? (Форма – мини-эссе).

17. Какова роль журналистской информации в информационном обществе? (Форма – медиапрогноз).

18. В чем проявляются экономические факторы свободы журналистской деятельности в электронных медиа? (Форма – системный анализ).

19. Как пересекаются цели деятельности журналистов и PR-специалистов в период предвыборной кампании? (Форма – функциональный анализ).

20. По каким признакам журналистскую информацию относят к разряду социальной? (Форма – системный анализ).

### **Методика проведения реферативного исследования**

**Реферативное исследование** – вид самостоятельной работы студента, результаты которой представляются в письменной форме. Основное назначение этого вида учебного произведения – *показать эрудицию студента-первокурсника по одному аспекту темы курса, отражающую практическую сторону познавательной активности студента*. В реферативном исследовании демонстрируется умение самостоятельно мыслить, находить, анализировать и обобщать имеющуюся у студента информацию по данному аспекту, умение выделять наиболее существенные признаки издания (СМИ), а также умение концентрировать внимание

на важнейших моментах деятельности журналистов и в целом редакционных коллективов.

Для студентов первого курса рекомендуется подготовить реферативные исследования двух видов (на выбор): **литературное (обзорное)**, включающее в себя обзор основной литературы по избранной теме-заданию и **методическое**, содержащее критическое рассмотрение способов и приемов изучения источника. И в первом, и во втором случае в реферативном исследовании содержатся обзорные характеристики источников, которые и являются собственно объектом изучения студентов. ***Особенность реферативных исследований по данному курсу в том, что в качестве источников здесь выступают средства массовой информации, редакционные документы и иные материалы, обеспечивающие и сопровождающие деятельность СМИ.*** А предметом исследования будут являться деятельностные процессы, так или иначе характеризующие данное СМИ.

Предлагаются следующие планы-проспекты для реферативных исследований:

### **1. Обзорное (литературное) исследование:**

- а) вводное слово о целевой установке реферативного исследования;
- б) теоретическое и прикладное значение темы-задания реферативного исследования;
- в) спорные вопросы – проблемы – в определении характеристик и свойств предмета;
- г) новые публикации по освещению данной проблемы;
- д) перспективы развития проблемы.

### **2. Методическое исследование:**

- а) вводное слово об основных задачах исследования темы;
- б) анализ наиболее употребительных методов исследования конкретного объекта;
- в) результаты исследования;
- г) выводы и предложения по существу дела.

Реферативное исследование представляется в печатном виде для рассмотрения и визирования руководителем курса. После

этого работа выносится на обсуждение-защиту на семинарском занятии.

В структуру реферативного исследования включаются:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Вводное слово.
4. Основная часть, излагающая конкретное содержание реферативного исследования и полученные результаты и выводы.
5. Заключение.
6. Список использованной литературы.
7. Приложения (ксерокопии материалов СМИ).

Объем реферативного исследования – 7–10 страниц формата А4, набранных на компьютере. Параметры страницы: поля – верхнее и нижнее – 2 см, правое – 1 см, левое – 3 см; шрифт – 14 кегль, Arial, интервал – 1,5; абзац – 1,5 см. Реферативное исследование в готовом виде должно быть сшито или помещено в специальную папку-скоросшиватель.

**Титульный лист реферативного исследования**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»**

**НАИМЕНОВАНИЕ ИНСТИТУТА**

**ТЕМА РЕФЕРАТИВНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Реферативное исследование  
по курсу «Основы теории журналистики»  
выполнил(а): студент(ка) гр. \_\_\_\_\_ (ФИО)  
(подпись)

Научный консультант:  
ученая степень, ученое звание \_\_\_\_\_ (ФИО)  
(подпись)

**КАЗАНЬ  
ГОД ИСПОЛНЕНИЯ**

## **Методика проведения информационного обзора СМИ**

Обозрение событий, отраженных в средствах массовой информации, требует определенного навыка. Прежде всего, вам необходимо сформировать и совершенствовать навык определения качества фактов и событий. Когда вы читаете, слушаете или смотрите новости по самым различным каналам (а именно их мы называем средствами массовой информации), то первое, на что следует обратить внимание – это соответствие новостей потребностям и интересам аудитории. Конечно, выделить и тем более представить в виде системы эти потребности и интересы на первых порах не очень просто. Однако определяя качество самих новостей, вы сможете определить и то, насколько эти новости интересны и важны для аудитории. Здесь пригодится и ваш опыт зрителя, слушателя, читателя. Для этого он должен быть постоянным, то есть читать газеты и журналы, слушать радиопрограммы и смотреть телевизионные каналы необходимо регулярно. Это должно стать привычкой. Тогда и оценка информационной картины будет более органичной. Есть несколько ориентиров, которые могут помочь вам в этом.

Для начала вам необходимо привыкнуть к тому, что потом будет называться ежедневным знакомством с информацией. Эта информация поступает к вам из газет, радио и телепрограмм, журналов и Интернет-изданий. Вы, по возможности, каждодневно эту информацию ищете (ищите сами), для того, чтобы сформировать представление (сначала свое собственное) о событиях сегодняшнего, а также и завтрашнего дня. Это будет определять для вас первую задачу: чтобы понять, какая информация наиболее важная, необходимо отследить как можно большее число информационных блоков (выпусков новостей, страничек новостей).

Далее. Есть такой принцип – принцип повторяемости сообщений. Это значит, что наиболее важные сообщения (рассказы о событиях, фактах, интересных людях и конфликтах) повторяются в разных средствах массовой информации. Именно поэтому можно судить о том, что представляет по важности для общества та или иная информация. Повторы могут быть одновременными (когда информация об одном и том же событии повторяется в раз-

ных СМИ в одно и то же время – за сутки, вечер, за два-три часа и т. д.). Повторы могут быть тематическими (когда информация об одном и том же событии приобретает в разных изданиях разные тематические оттенки – это может быть разность взглядов на одно и то же событие и представленные разные мнения об этом событии). Итак, чем чаще повторяется информация о том или ином событии в разных по направленности СМИ, тем более вероятно, что эта информация наиболее важна и ценность ее высока.

Информация может считаться наиболее ценной и важной, когда отклики на нее встречаются на самом высоком уровне. Чем разнообразнее уровень участвующих в оценке событий людей, тем больше вероятности, что эта информация важна. Есть еще критерий актуальности, который затрагивает наибольшую значимость информации для наибольшего числа представителей населения страны или региона. Этот критерий также поможет вам определить, какая информация на сегодняшний день заслуживает внимания.

Определив важность информации, вы можете двигаться далее по пути исследования журналистской информации, опубликованной в конкретных СМИ. Теперь ваша задача в том, чтобы, опираясь на модель конкретного издания (радио и телепрограммы), определить, что наиболее характерно для этого издания, как оно представляет читателям, слушателям, зрителям то или иное информационное сообщение. Здесь также существует множество критериев оценки информации. Это может быть критерий разнообразия информации, когда издание предоставляет потребителю наибольшую по объему и оценкам информацию. Это может быть критерий объективности информации, когда издание предоставляет разные по направленности картины события и рисует тем самым его объективно. Это может быть критерий оперативности, когда издание предоставляет информацию о событиях, которые произошли или происходят в ближайшее время. В газетах это сопровождается такими временными характеристиками, как слова «вчера», «сегодня», «завтра». Это особенно важно по отношению к позициям «сегодня» и «завтра». Используя эти обозначения времени совершения события, можно управлять вниманием и коррек-



тировать его. Знание этих возможностей – необходимое условие деятельности специалиста по связям с общественностью.

Определив новость дня, сопоставив ее с другими новостями, вам можно приступить к оценке подходов, которые используют в подаче этой новости разные журналисты и разные издания. Для того чтобы оценить качества подачи новости, необходимо проследить за разными подачами одной и той же новости в разных изданиях. Это тоже тесно связано с критериями, о которых мы уже говорили выше: актуальности, оперативности, объективности, своевременности (в случаях событий, несущих конфликтную информацию и оценивающих ущерб от стихийных бедствий и их последствия).

Далее. Вам следует определить тематику выступлений журналистов того или иного издания, радио и телепрограммы, которые вы обозреваете, и попытаться ответить на вопрос: Почему в этой программе (издании) собраны именно такие материалы, а не иные? Определено ли это личными интересами журналистов или это связано с какими-то другими причинами?

Одной из заключительных задач может быть задача по определению наиболее яркого журналиста, как автора наиболее яркого материала данного издания за обозреваемый период. Вы проследите за этим именем и сможете ответить на вопрос: Какие особенности изложения или подачи новости выделяют этого журналиста из его собратьев по перу? А также и на другой вопрос: Какие характеристики присущи его новости? Тогда станет понятен ваш интерес к его персоне и можно будет приоткрыть завесу над его личностью.

Обзор прессы имеет определенный объем – это 2–3 страницы компьютерного текста через один интервал, кегль 12, поля: верхнее и нижнее – 2; левое – 2,5; правое – 1,5. Объем обозреваемой информации не должен быть менее недельного. Требуется точность изложения. Это значит, что необходимо избегать повторов и пересказов газетных и иных публикаций, а анализировать новостные материалы только исходя из тех критериев, которые выделены вами на основании вышеизложенного.

Примерная структура обзора такова:

1. За какой период вы просмотрели (прочитали, прослушали) то или иное СМИ?

2. Какова модель новостей данного СМИ. Что предпочитает СМИ, что можно ожидать от него, а чего в нем не хватает?

3. Сколько новостной информации (и какой) за обозреваемый период было опубликовано?

4. Какие центральные события были вам наиболее интересны? Какие не очень? Какие не заинтересовали совсем? Почему?

5. Как вы определяете главную новость недели? Как вы определяете главные новости дней? С чем связаны эти новости?

6. Какие авторы наиболее отличились в этом издании за обозреваемый период времени? Какие имена стали для вас узнаваемы и интересны?

7. Какой информации больше в данном издании: оценочной, описательной, управляющей или предписывающей? Почему?

8. Каково место данного издания в новостной картине мира (ре-спублики, страны, региона)?

Титульный лист информационного обзора СМИ оформляется согласно требованиям, предъявляемым такого рода работам, на нем должны присутствовать данные об авторе – исполнителе обзора, обозреваемом СМИ и временных рамках обозрения (образец 2.1).

Надеемся, что первый опыт обзоров средств массовой информации поможет вам ориентироваться в информационном мире страны.

**Титульный лист информационного обзора**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»**

**НАИМЕНОВАНИЕ ИНСТИТУТА**

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОБЗОР  
НАЗВАНИЕ СМИ  
ЗА ПЕРИОД С «\_\_\_\_\_» ПО «\_\_\_\_\_» 20 г.**

**Выполнил(а) студент(ка) гр. \_\_\_\_\_**

**ФИО (в Именительном падеже).**

**Дата \_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_**

**КАЗАНЬ  
ГОД ИСПОЛНЕНИЯ**

## **Методика проведения исследования методом фокус-групп**

Фокус-группа – это социологический метод качественного анализа, в результате которого проводится групповое полустандартизированное интервью. Основная форма – групповая дискуссия. Она проводится для того, чтобы получить субъективную информацию о восприятии участниками дискуссии различных предметов и явлений действительности. Чаще всего – это продукты деятельности человека и сама деятельность.

В контексте теории журналистики метод фокус-групп используется для изучения деятельности средств массовой информации и их продукции, к которой относятся печатные, теле- и радиоматериалы, Интернет-тексты и иная публикаторская продукция.

Существует общепринятая процедура фокус-группы. Она включает в себя восемь основных этапов, придерживаясь которых, вы наиболее полно используете потенциальные возможности данного метода.

Первый этап: целепостановочный, на котором проводится постановка цели исследования. Здесь уместно ответить на три главных вопроса: зачем проводится данное исследование; какая информация необходима для получения и для кого предназначена данная информация.

Второй этап: организационный, в результате которого осуществляется подбор участников групп. Число участников колеблется от 6 до 12 человек и предпочтительно, чтобы это были не знакомые друг с другом люди. Здесь действует правило – чем больше выборка, тем более достоверными и надежными могут быть результаты дискуссии. Чтобы пригласить человека для участия в фокус-группе можно использовать различные способы. К ним относятся методы экспресс-интервью, позволяющие выявить степень годности кандидатуры для участия в дискуссии; методы телефонного опроса, а также метод «снежного кома», когда поиск кандидатов осуществляется через знакомых своих знакомых.

Третий этап – сценарно-плановый, включает в себя составление сценария работы и списка вопросов, которые будут обсуждаться. Оптимальное количество вопросов – не более 10. Это разные по

форме вопросы – открытые и закрытые. Начинать целесообразно с открытых вопросов, а затем в конце дискуссии переходить к закрытым вопросам.

Четвертый этап – методический, включающий работу с дополнительными методиками, которые предполагается использовать в данном интервью. Чаще всего в фокус-группе используются проективные методики, которые позволяют стимулировать участников дискуссии, путем ряда ассоциаций, рисунков, психологических тестовых изображений.

Пятый этап – модерирующий, связанный с работой руководителя фокус-группы. Руководитель должен быть активным и грамотным менеджером процесса дискуссии, позволять высказываться и уметь слушать, а главное – создавать доброжелательную психологическую обстановку, что способствует активности участников процесса.

Шестой этап – организационно-процессуальный, в рамках которого определяется место и время проведения данного исследования.

Седьмой этап связан с анализом и обработкой полученных результатов.

Восьмой этап – результативный, способствующий выбору формы представления результатов и окончательному их оформлению. В основном, результаты фокус-группы представляются в виде качественных оценок с примерами высказываний, так как это позволяет достаточно наглядно представить разброс высказываний и выявить особенности отношения к предмету дискуссии.

Работа в форме дискуссии продолжительна. В среднем она может протекать в течение 2–3 часов. Но ее продолжительность зависит от целей, стоящих перед организаторами данного вида исследования.

## **Раздел 5**

### **ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

#### **Методическое руководство по организации и проведению индивидуальной (самостоятельной) работы**

Информационное проектирование представляет собой форму индивидуальной работы студента, целью которой является создание и презентация информационной программы кампании по проектированию информационных поводов и их распространению в соответствующей аудитории.

В основе информационного проекта лежит процесс реализации идеи, содержащий программу осведомления об идее соответствующей аудитории, стимулирование интереса к этой идее на информационном уровне и с использованием информационных методов и средств, поддержание интереса к этой идее, путем создания системы информационных приоритетов и их превалирования на протяжении заданного времени.

#### **Базис информационного проекта**

Информационный проект – это особый жанр самостоятельной практико-исследовательской работы студента, осуществляемый в рамках спецпрактикума «Актуальные проблемы теории и практики массовой информации». Эта работа предполагает вариативность тем, свободный выбор и формулирование темы проекта, а также свободную форму изложения материала в проекте. Данная индивидуальная работа отличается от всех других работ, выполняемых студентами, спецификой, которая отражает ее практико-исследовательский характер.

Информационный проект – это форма индивидуального программного проектирования, которое предполагает самостоятельную разработку студентом программы информационной поддержки события или кампании, четкое ее изложение, включение основной идеи, выбор адекватных средств ее осуществления, а также планы или этапы ее реализации.

Информационный проект является документом, содержащим основные представления об информационной структуре той или иной кампании: либо общее ее состояние (обобщенный проект), либо более конкретный план (тематический или конкретизированный проект); характеристику политических направлений, которым необходимо следовать, перечень ценностей, на которые опирается информационная кампания; планирование кампании на основе маркетинговых операций.

**В основе такого проекта – обязательный анализ конкретного СМИ (СМК).**

Наполеон Бонапарт говорил, что народ можно повести за собой, только если показать ему будущее. «Вождь – это продавец надежды». Это должен быть, по выражению Филиппа Буари, «запрограммированный» и «программирующий» текст<sup>1</sup>.

Еще одна отличительная особенность информационного проекта – его реальный характер, привязанность к конкретной сфере деятельности и отражение в нем основных информационных проблем данной сферы.

Для осуществления информационного проектирования необходимо использование базисных понятий проекта. К ним относятся понятия:

- идея проекта;
- авторитет общественного мнения;
- источник информации;
- миф;
- эффективная коммуникация;
- маркетинг проекта.

**Идея проекта** заключается в предмете, отражаемом в информационном проекте. Она тесно связана со стереотипом, лежащим в основе воздействия связей с общественностью на общественное мнение. Некоторые исследователи понимают под стереотипом выработанное устойчивое отношение к идее (К.В. Антипов).

**Авторитетом общественного мнения** называют безусловные и всеобщие идеи, ставшие аксиомами или стереотипами. К таким идеям относят не только принятые обществом идеи, име-

---

<sup>1</sup> Буари Филипп. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. М., 2001. С. 100.

ющие устойчивый имидж, но и посредников между ними и обществом, которые доносят точку зрения авторитетов на любую значимую новую идею. К ним относят, прежде всего, средства массовой информации.

**Источник информации** определяется как объект или субъект, обладающий социально значимой информацией, компетентность которого не вызывает сомнений, и готовый поделиться ею.

**Миф** – это локальная идея, перешедшая в общественном мнении в разряд всеобщей.

**Эффективная коммуникация** строится на целевых установках на непрерывное снабжение авторитетов общественного мнения такой информацией, которая позволит сформировать это мнение. Это положение находит отражение в известном выражении Айви Ли «Общественное мнение имеет право быть информированным». Различаются ступени эффективной коммуникации: определение проблемы, которая является центральной для информационного проекта; определение целевой аудитории проекта; определение каналов коммуникации в рамках информационного проекта; формулировка ключевого сообщения – информационного посыла, устраняющего барьеры коммуникации; декодируемость сообщений, передаваемых в результате реализации проекта, которую обеспечивает использование универсального, общедоступного языка сообщений, превращающегося в язык информационного проекта; создание или поиск информационного повода, определяющегося как событие или сообщение, которое становится новостью для всех, прежде всего, для целевой аудитории информационного проекта.

### **Маркетинг информационного проекта**

Основной целью маркетинга информационного проекта является оценка его социальной протяженности. Для этого необходимо провести полный анализ информационной ситуации, задачей которого является выявление потенциала идеи проекта. Необходимо проведение стратегического и тактического анализа идеи. Стратегический анализ предполагает контекстную формулировку идеи проекта, созданной для конкретной целевой аудитории, с различных позиций – журналистики, социологии, философии, психологии



и т. д. Тактический анализ представляет собой рассмотрение путей реализации идеи проекта – проектирования информационных поводов, выбор информационных каналов ее распространения и т. д.

Для того чтобы провести такого рода анализ идеи проекта, вам необходимо воспользоваться различными источниками. В работе данного типа может использоваться два вида источников – первоисточники и второисточники (собственно литература). В качестве первоисточников здесь выступают тексты массовой информации (коммуникации), опубликованные в тех или иных периодических изданиях, радио- и телепрограммах, интернет-газетах и журналах, публицистической и художественной литературе, театрально-коммуникационные тексты и т. д. Это также могут быть и тексты, принадлежащие перу одного автора или группы авторов – авторским коллективам, исторические документы, законодательные и иные нормативные акты и т. п. Специфика работы по данному направлению заключается в типологическом анализе информации, содержащейся в этих источниках. Это позволит выявить основную тенденцию освещения идеи проекта, что станет, в свою очередь, основой для дальнейшей проектной деятельности. Второисточниками являются исследования, проведенные по тому же поводу, что и ваше, либо сопряженные с ним.

Маркетинг информационного проекта – это комплекс исследовательских мероприятий, проводимых с целью выявления внутренних и внешних ресурсов реализации идеи в соответствии с требованиями и возможностями целевых групп. Его составляющими является изучение информационного поля проекта (рынка потребления идеи) – характеристика целевых групп, изучение конкурирующих идей, характеристика внешних ситуаций; планирование проекта – характеристика проектируемой идеи, характеристика коммуникаций с целевыми группами, цели проекта, задачи проекта, средства проекта; реализация проекта – выполнение разработанного плана.

### **Организация работы над информационным проектом**

Работа над информационным проектом строится поэтапно (Схема 1).



**Схема 1. Процесс создания информационного проекта**

**Первый этап** – это выбор темы-идеи. Как правило, эта идея связана с теми проблемами, которые рассматривались в процессе изучения курса «Введение в теорию журналистики». Тема, которую студент предлагает, обговаривается с руководителем-консультантом проекта, в качестве которого может выступать как преподаватель кафедры (факультета), так и специалист-практик. Последнее требует дополнительного согласования темы и утверждения ее на кафедре. Выбор темы имеет очень большое значение для успешного завершения проектного исследования. Правильно выбрать тему – значит обеспечить наполовину успех работы. Тема проект-

ной работы – это то главное, о чем говорится в работе. Тема должна соответствовать потребностям аудиторных групп, на которые рассчитан проект, она должна быть актуальной, обусловленной также объективными потребностями теории и практики массовой информации. Тема должна быть достаточно конкретна, чтобы студент мог ее практически сориентировать. Это достигается соотношением содержательного компонента темы и формулировки реальных проблем информационного поля, в котором создается информационный проект. Тема должна быть достаточно сужена, чтобы отражать конкретную область исследования. Очень важно включать в название темы подзаголовки, где указывается в скобках (на материале, ... на примере...).

**Второй этап** – подбор литературы и источников по теме информационного проекта. Этот этап можно назвать библиографическим. Он проходит в библиотеках, Книжной палате и других книгохранилищах. В процессе работы с литературой составляется мини-каталог специальной литературы, предполагающий библиографическое описание каждого первоисточника и второисточника. Завершается этот этап подбором необходимого количества книг и текстов, которые помогут вам создать информационный проект.

**Третий этап** – планирование работы над информационным проектом. Студент составляет план-проспект информационного проекта, в котором отражает обоснование выбора темы работы, краткую информацию о ее современном состоянии, характеристику цели и задач работы. План-проспект – это уже черновое оглавление проектной работы с реферативным раскрытием ее содержания. Итогом этого этапа служит составление окончательной структурной схемы информационного проекта. Этот этап является промежуточной формой контроля и предполагает сдачу письменного варианта проспекта информационного проекта. Проспект представляется в распечатанном виде, оформляется произвольно.

**Четвертый этап** – проведение маркетингового исследования проекта и работа над текстом информационного проекта. Здесь студент анализирует, обобщает и теоретически объясняет факты, полученные в результате исследования.

**Композиция информационного проекта** включает в себя следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Резюме проекта.
4. Введение, в котором обозначается актуальность темы проекта, цель и задачи проекта, основные источники проекта.
5. Описание анализа коммуникационной ситуации, с результатами исследования целевых групп и конкурирующих идей.
6. Стратегия и тактика идеи проекта: планирование образа и техническое планирование.
7. Основы информационной политики проекта (работа со СМИ).
8. Реализация проекта.
9. Заключение, в котором содержатся предполагаемые результаты информационного проекта и прогноз развития идеи.
10. Библиографический список использованной литературы.
11. Приложения (если есть).

**Титульный лист** является первой страницей информационного проекта и заполняется по определенным правилам. Образец титульного листа утверждается на заседании кафедры, по которой пишется данная работа. В верхнем поле указывается полное наименование организации, где выполнена работа, а также наименование факультета и отделения. Далее в среднем поле по центру указывается форма работы – **ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ** и дается заглавие работы без кавычек. Далее ниже по центру указывается ФИО автора или авторов проекта, номер группы и курса в именительном падеже, на следующей строке ФИО научного руководителя, ученое звание и степень. В нижнем поле по центру указывается место выполнения работы и год ее написания (образец № 1). Титульный лист подписывается студентом и научным руководителем. Это – допуск к защите проектной работы.

**Оглавление** содержит все заголовки разделов информационного проекта и страницы, с которых они начинаются. Заголовки оглавления должны четко повторять заголовки в тексте. Сокращать или давать их в другой формулировке нельзя.

**Резюме проекта** содержит краткое описание работы в целом, в котором автор (ы) презентуют в вербальной форме проделанную работу, определяя наиболее ценные разделы и результаты этой работы. Резюме не должно превышать по объему 0,5 страницы.

**Введение** – это очень важная часть работы, по которой судят о том, насколько владеет информацией о той или иной части работы студент. В этой части должен быть отражен методологический аппарат проекта и его целевые установки. Во введение информационного проекта должны быть включены:

**обоснование актуальности темы** (обоснование актуальности темы дается в первых строчках введения и содержит формулировку идеи проекта и аргументы в пользу изучения данного вопроса в современных условиях);

**цель проекта** (вытекает из актуальности темы и предполагает акцент на том, чего хочет достичь автор работы);

**задачи проекта** (не менее трех, являются продолжением цели и конкретизируют целевые установки проекта, служат основой для выделения этапов работы над проектом);

**методы исследования** (концепции и теории, способы и методы, которые используются в рамках проекта);

**практическая значимость проекта** (предполагаемое значение работы для теории и практики массовой информации).

**Описание анализа коммуникационной ситуации** предполагает подробный анализ того информационного поля, в котором протекает исследование, отражаются изучаемые явления и факты, описывается методика и техника конкурирующих идей, даются характеристики целевым группам.

**Стратегия и тактика идеи проекта** включает в себя описание процесса планирования образа идеи информационного проекта и техническое планирование, включающее в себя процесс создания имиджа идеи, финансовые источники, коммуникационные каналы.

**Основы информационной политики** проекта предполагают развернутую концепцию медиапланирования, что включает основы информационной политики в отношении СМИ.

**Реализация проекта** как раздел информационного проекта основан на плане маркетинга проекта и включает в себя этапы продвижения идеи информационного проекта в соответствии с целевыми установками, выдвинутыми во введении.

**Заключение** отражает результат проведенного исследования. Полученный результат – это решение задач, которые вы поставили

во введении. Он формулируется как выводы и наглядная демонстрация предполагаемых или реальных результатов. Заключение выполняет функцию концовки, обусловленной логикой проведенного проектного исследования, которая носит форму синтеза накопленной в основной части исследовательской информации. Выводы и демонстрация результатов должны излагаться последовательно, логично, должны быть соотнесены с целью и задачами работы, вытекать из логики исследования, быть наглядными и убедительными.

**Библиографический список использованной литературы** отражает самостоятельную творческую деятельность студента. В списке первоисточников должно содержаться не менее десяти наименований, столько же и в списке второисточников. **Важно!** Первоисточники указываются по хронологии, а второисточники – по алфавиту.

**Приложение** может содержать вспомогательные или дополнительные материалы, которые сопровождают вербальный вариант проекта, иллюстрируют содержание, служат большей наглядности проекта.

**Язык и стиль проекта** позволяют судить об общей культуре ее автора. Язык и стиль проектного исследования как часть письменной научно-публицистической речи представляет интерпретацию собственной и привлекаемых точек зрения с целью обоснования проектных разделов и доказательства практической значимости выдвигаемой в качестве основной проектной идеи. Основным способом изложения материала является доказательное рассуждение. Допускается использование прямого указания на автора проекта, что подчеркивает креативный характер всей работы. Стиль работы должен подчеркивать также ее презентационный характер, демонстрировать и убеждать в истинности высказываемой идеи.

**Оформление информационного проекта.** Объем проектной работы по спецпрактикуму «Актуальные проблемы теории и практики массовой информации» составляет 18–20 страниц компьютерного набора (Word, 14 кегль, 1,5 интервала, поля – верхнее и нижнее – 2, левое – 3, правое – 1,5, шрифт – Times New Roman, цветовое оформление – черно-белое, цветные вставки исключаются, бумага белая, формат А4). Все страницы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается с первой страницы – титульного

листа, но на нем цифра не ставится. Нумеруется вторая страница, где от центра вверху ставится цифра 2. Текст должен быть вычитан, не содержать искажений – разного рода стилистических и логических ошибок, нечетких туманных формулировок. **Особо следует обратить внимание на оформление сносок и списка литературы.** Все описания литературы должны соответствовать требованиям ГОСТ и содержать сведения об авторе исследования, годе и месте издания. Для более точного исполнения этих требований необходимо обратиться к правилам библиографического оформления литературы, которые находятся в специальных сборниках в научно-библиографических отделах научных библиотек.

Информационный проект помещается в папку-скоросшиватель. К распечатанному информационному проекту прилагается **диск-презентация**, содержащий иллюстративный материал и компьютерную программу презентации проекта.

Работа рецензируется представителями СМИ, информационных служб предприятий, организаций и институтов. Рецензенты представляют рецензии в письменном виде – по две на каждый проект.

**Порядок защиты информационных проектов.** Проектные работы защищаются на публичном заседании комиссии по защите проектов, в которую включаются представители кафедр факультета, специалисты-практики, журналисты, представители информационных служб. Для защитительной речи слово предоставляется автору проекта, который в течение 10 минут излагает основные позиции своей работы, презентует ее с использованием компьютерных технологий. В обсуждении проекта принимают участие как члены комиссии, так и все желающие. После ответов на вопросы начинается дискуссия, в которой принимают участие все присутствующие на защите. Завершает защиту заключительное слово автора проекта. Рекомендуются заранее подготовить защитительную речь, прорепетировать презентацию, проконсультировавшись с научным руководителем. Проектная работа оценивается дифференцированно: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Эта работа классифицируется как работа высшего уровня подготовки студента по курсу «Основы теории журналистики». *Желаем успехов!*

**Титульный лист информационного проекта**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«Казанский (Приволжский) федеральный университет»**  
**НАИМЕНОВАНИЕ ИНСТИТУТА**

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ**  
**НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ ПРОЕКТА**

**Автор проекта:**

Иванов Иван Иванович, студент .... группы (подпись)

**Научный руководитель проекта:**

ученая степень, ученое звание Иванов Иван Иванович (подпись)

**КАЗАНЬ**  
**ГОД ИСПОЛНЕНИЯ**



## Р а з д е л 6

### ТЕСТЫ

#### ТЕМА 1

#### *Вариант 1*

1. **Термин** журналистика с французского переводится как:

- а) общение;
- б) дневник;
- в) пропаганда;
- г) агитация.

2. **Закончите высказывание:** Доставка журналистских текстов адресатам происходит посредством использования.....

3. **Закончите определение:** Та часть общества, к которой постоянно обращено издание или программа – это .....

4. **Массовая информация** обращена к:

- а) массовому сознанию;
- б) массовому информационному потоку;
- в) массовому каналу.

5. **Законодательную основу**, нормативную среду журналистики формируют:

- а) учредители;
- б) руководящие органы;
- в) массовые каналы.

6. **Социальная направленность** и методологические основы журналистики определяются категориями:

а) средства коммуникации – система и взаимодействие – пространство;

б) социальный институт – исторические типы журналистики – методы деятельности журналистов;

в) свобода журналистики – качества журналистов – профессиональная этика.

## 7. Обозначьте соответствие:

а) Публикуемые произведения журналистики	Тексты, подготовленные авторами
б) Непубликуемые произведения журналистики	Скомпанованные специалистами тексты
в) Внутриредакционные материалы	Ответы на письма читателей
г) Обращения-тексты в различные инстанции	Программные сетки, сценарные планы и пр.

**8. Дайте определение:** качественная пресса – это.....

**9. Диффамация – это:**

- а) позорящие кого-либо сведения;
- б) несоответствующие истине сведения;
- в) дезинформирующие сведения.

**10. Журнал появился в Европе в:**

- а) 19 веке;
- б) 20 веке;
- в) 18 веке.

## Вариант 2

**1. Закончите определение:** Центральная категория журналистики – это.....

**2. Специфику журналистской деятельности составляет:**

- а) деятельность по сбору, обработке и передаче информации;
- б) деятельность по оценке и распространению сведений;
- в) деятельность по организации доставки информации.

**3. Обозначьте соответствие:**

а) Публикуемые произведения журналистики	Тексты, подготовленные авторами
б) Непубликуемые произведения журналистики	Скомпанованные специалистами тексты
в) Внутриредакционные материалы	Ответы на письма читателей
г) Обращения-тексты в различные инстанции	Программные сетки, сценарные планы и пр.

**4. Аудитория, которую журналисту необходимо «завоевать» – это:**

- а) целевая аудитория;
- б) потенциальная аудитория;
- в) реальная аудитория.

**5. Порождающие факторы в журналистике – это.....**

**6. Завершите определение:** Та часть общества, которую можно привлечь дополнительно изданию или программе – это.....

**7. Верно или неверно.** Совокупность изданий и программ должна стать такой, чтобы создаваемая картина действительности была незавершенной. / \_\_\_\_\_

**8. Потребность в информации определяется:**

- а) социальной ролью человека;
- б) генетическими показателями;
- в) семейными традициями.

**9. Специфику журналистской деятельности составляет:**

- а) деятельность по сбору, обработке и передаче информации;
- б) деятельность по оценке и распространению сведений;
- в) деятельность по организации доставки информации.

**10. Синонимом к термину «журналистика» выступает выражение:**

- а) средства массовой коммуникации;
- б) средства массового общения;
- в) средства массовой информации;
- г) средства массовой пропаганды.

### ***Вариант 3***

**1. Завершите определение:** Та часть общества, которая действительно сформировалась вокруг данного издания или программы – это.....

**2. Информационный интерес проявляется:**

- а) в условиях потребления информации;
- б) в поведении людей;
- в) в условиях жизни.

**3. Закончите определение:** Система жизнеобеспечения деятельности журналистики – это .....

**4. Отношения между изданиями и их учредителями фиксируются в:**

- а) договорах;
- б) уставах;
- в) соглашениях;
- г) кодексах.

**5. Закончите определение:** Учение о профессиональном долге и обязанностях журналиста – это.....

**6. Социальная роль журналистики определяется категориями:**

- а) функция – аудитория – результативность;
- б) типы творчества – формы – жанры;
- в) свобода журналистики – журналистское право – социальная ответственность.

**7. Термин информация** в контексте журналистской деятельности употребляется в:

- а) общенаучном значении;
- б) традиционном узкожурналистском смысле;
- в) научно-специальном значении.

**8. Журналист,** входящий во влиятельные структуры и имеющий доступ к закрытой информации, – это.....

**9. Если информация избыточна,** поступает по разным каналам СМИ, кумулятивно возрастает и оказывает негативное воздействие на аудиторию, то говорят о .....

**10. Закончите определение:** инфотейнмент – это.....

## ТЕМА 2

### *Вариант 1*

**1. Обозначьте, верно или неверно:** Средствами пражурналистской деятельности преимущественно были устные и письменные формы сообщения. / .....

**2. Книгопечатание в Европе возникло в:**

- а) XVIII веке;

- б) XIX веке;
- в) XV веке.

**3. Пражурналистская деятельность – это:**

- а) целенаправленное распространение в массе людей сведений, оказывающих на них идейно-психологическое воздействие;
- б) целенаправленное воздействие на сознание и подсознание путем формирования образных понятий;
- в) целенаправленное восприятие специальных видов понятий, возникающих в процессе воздействия информации.

**4. В России первая печатная датированная книга – это:**

- а) «Апостол»;
- б) «Турецкий календарь»;
- в) «Вести».

**5. Верно или неверно. Впервые газета возникла в Китае во II веке н.э. / \_\_\_\_\_**

**6. Модель выпуклой буквы, использовавшаяся Гуттенбергом, – это:**

- а) литера;
- б) матрица;
- в) пунсон.

**7. Расставьте в последовательности появления:**

- а) папирус;
- б) бумага;
- в) деревянные дощечки;
- г) глина;
- д) пергамент.

**8. Первой печатной книгой человечества является:**

- а) Библия;
- б) Сборник известий;
- в) Кровопускательный календарь.

**9. Форум – это.....**

**10. Жанры публицистики, вошедшие в журналистскую практику, сформировались на основе:**

- а) письменных форм массово-информационной деятельности;
- б) папирусных свитков;
- в) устных форм массово-информационной деятельности.

## Вариант 2

**1. В средневековой Европе** бюро по сбору и распространению письменной информации – это:

- а) типография;
- б) цех писателей новостей;
- в) техническая служба.

**2. Гуттенберг изобрел печатный станок в:**

- а) 1605;
- б) 1450;
- в) 1590.

**3. Пражурналистские явления** характеризуются:

- а) ограниченным и непостоянным распространением изданий;
- б) адресованностью изданий узкой аудитории;
- в) ростом международной торговли;
- г) расширением читательской аудитории.

**4. Способ печати,** изобретенный Гуттенбергом – это:

- а) офсетная печать;
- б) высокая печать;
- в) механическая печать.

**5. Сопоставьте понятия**

а) Форум	Выборные должности, затем место произнесения речи
б) Вече	Собрание советников
в) Дума	Собрание у славян – совет
г) Трибуна	Площадь собраний в Риме

**6. Расположите** в правильной последовательности действия в процессе печатания:

- а) печатание;
- б) изготовление литер;
- в) покрытие набора специальной краской;
- г) создание печатной формы;
- д) прижимание бумаги при помощи специального винта;
- е) набор текста из литер.

**7. Писанные формы** собственно пражурналистики – это.....

**8. Как еще именовались** рукописные «Куранты», выходившие при дворе царя в России.....

**9. К социально-экономическим** причинам возникновения журналистики не относят:

- а) рост международной торговли;
- б) возникновение крупных абсолютистских государств;
- в) распространение грамотности;
- г) снижение уровня жизни населения.

**10. Какая форма** изданий стала главным оружием политической борьбы в 17 веке:

- а) газета;
- б) памфлет;
- в) фельетон;
- г) журнал.

### ТЕМА 3

#### Вариант 1

**1. Индикатором оперативности журналистской информации является фраза:**

- а) самая гуща событий;
- б) вчера, сегодня, завтра;
- в) точность мысли и языка.

**2. Массовая информация** обращена к:

- а) массовому сознанию;
- б) массовому информационному потоку;
- в) массовому каналу.

**3. Завершите определение:** Степень перехода потенциальной информации в принятую и переработка ее в реальную информацию – это .....

**4. Закончите определение:** Строгое отслеживание происходящего в жизни, сдержанность и зачастую отсутствие прямого комментария – это .....

## 5. Сопоставьте понятия:

а) Прагматика	Ориентация на уровень знаний, каким располагает аудитория
б) Релевантность	Ориентация на эмоциональный опыт аудитории и соответствующий образный язык
в) Новизна	Отображение определенных фрагментов действительности в тексте произведения
г) Неадекватность	Ценность, значимость для аудитории сообщаемых сведений

**6. Завершите определение:** Оригинальные, активно работающие сведения тонут в потоке известных – это .....

**7. Тезаурус** в переводе с греческого – это:

- а) доступность;
- б) сокровищница;
- в) драгоценность;
- г) клад.

**8. Завершите определение:** Информация как представление о желаемом будущем, разделяемом журналистом – это.....

**9. Высокая** информативность журналистского текста зависит от совокупности таких его качеств, как:

- а) прагматика, семантика, синтактика;
- б) дескриптивность, нормативность, валюативность;
- в) релевантность, небанальность, декодируемость;
- г) прескриптивность, насыщенность, семиотичность.

**10. Социальная информация** – это:

- а) информация, несущая научные сведения;
- б) информация, отражающая факты с точки зрения их общественной значимости;
- в) информация, отражающая биологическую природу явлений.



## **Вариант 2**

**1. Избыточность информации** – это.....

**2. Дезинформация** – это:

- а) отсутствие (ноль) информации;
- б) неадекватная информация;
- в) ложная информация.

**3. Сопоставьте понятия:**

а) Декодированность	Соответствие текста той реальности, которую отражает журналист
б) Дескриптивность	Мера системной реализации журналистом требований информативности
в) Семантика	Описание, представление аудитории всего богатства окружающего мира
г) Валюативность	Оценка, высказанная прямо или содержащаяся в самом характере подачи материала

**4. Проявление небанальности** в журналистике – это:

- а) доступность сообщения;
- б) новизна информации;
- в) актуализация известного;
- г) вариативное повторение.

**5. Суть идейной насыщенности журналистской информации:**

- а) увеличительное стекло социальных взглядов;
- б) методика труда;
- в) панорама действительности.

**6. В переводе с латинского интерес** – это:

- а) информационный голод;
- б) иметь значение;
- в) быть внимательным;
- г) иметь потребность.

**7. Свойство журналистской информации поставить потребителя перед выбором собственной линии поведения** – это:

- а) универсальность информации;
- б) массовидность информации;
- в) идеолого-этическая направленность информации.

**8. Информационная насыщенность** журналистского текста связана с:

- а) отображением действительности;
- б) фотографической точностью образов;
- в) освоением текста аудиторией.

**9. «Перестроения»** в сознании аудитории под воздействием принятой информации – это .....

**10. Основой деятельности журналиста** является.....

## **ТЕМА 4**

### ***Вариант 1***

**1. Условия** информативности журналистского текста – это:

- а) релевантность;
- б) декодируемость;
- в) насыщенность;
- г) конгруэнтность;
- д) небанальность.

**2. Соответствие текста** той реальности, которую отражает журналист – это.....

**3. Участниками** информационного процесса в журналистике являются:

- А) журналист
- б) социальные институты
- в) учредители

**4. Оперативность** журналистской информации – это.....

**5. Информационная потребность** – это.....

**6. Верно или неверно.** Информация, представляющая аудитории все богатство окружающего мира – это дескриптивная информация.

**7. Активной стороной** информационного процесса в журналистике является.....

**8. Что влияет на характер** подаваемой журналистам информации:

- а) ментальные особенности аудитории;

б) заказ социальных структур;

в) указания учредителя.

**9. Вредная избыточность** информации – это .....

**10. Взаимодействие аудитории** и журналиста в информационном процессе осуществляется в форме:

а) обратной связи;

б) прямого воздействия;

в) мотивации аудитории.

## ТЕМА 5

### Вариант 1

**1. Функциональное** воздействие СМИ на потребителя – это когда:

а) возникают неожиданные, не связанные с поставленной задачей результаты;

б) результат оказывается противоположным желаемому;

в) поставленная задача более или менее адекватно реализована.

**1. Если идеологические** подходы распространяются на сферу, где они объективно не должны применяться, речь идет о .....

**2. Социальная ориентация** – это.....

**3. Широкая,** глубокая и истинная ориентация в действительности под влиянием СМИ – это .....

**4. К структурным** элементам массового сознания относятся:

а) мировоззрение;

б) историческое сознание;

в) идеологическая ориентация;

г) социальная активность.

**6. Верно или неверно.** Массовая информация передает потоки информации, актуальные для любого аудиторного сегмента.

**7. Какие факторы** определяют современное массовое сознание?

**8. В последнее время** одна из функций журналистики становится определяющей успех СМИ. Это связано с расширением влияния рынка на деятельность медиа. Это:

а) идеологическая функция;

- б) рекламно-справочная функция;
- в) организаторская функция.

**9. Верно или неверно.** Свобода журналистики определяется экономическим фактором.

**10. Сколько вариантов** социальной позиции журналиста можете выделить:

- а) три;
- б) четыре;
- в) два.

### ***Вариант 2***

**1. Если** деидеологизация заходит слишком далеко и для установления верного понимания явлений жизни требуется вернуть идеологический подход в другой, измененной и улучшенной форме, речь идет о .....

**2. Слабая,** неполная, противоречивая, нечеткая ориентация в действительности под влиянием СМИ – это.....

**3. К структурным** элементам массового сознания не относятся:

- а) миросозерцание;
- б) Специфическое сознание;
- в) Объективная ориентированность.

**4. Верно или неверно.** Особенности процесса массового информирования становятся тиражность и мультиплексность.

**5. Новые технологии оказывают влияние на деятельность традиционных** медиа:

- а) уничтожают их как СМИ;
- б) способствуют их развитию;
- в) определяют качество их продукции.

**6. Фраза** «возрождение национального самосознания» связана с:

- а) массовой информацией;
- б) историческим сознанием;
- в) журналистским творчеством.

**7. Дайте определение.** Идеология – это.....

**8. К формам общественного** мнения не относятся:

- а) истории;

б) слухи;

в) институциональные произведения.

**9. Верно или неверно.** Журналистика формирует общественное мнение.

**10. Закончите фразу. Особенности** идеологического воздействия журналистики заключаются в том, что.....

### ***Вариант 3***

**1. Если отмечается** отход от одних идеологических позиций и переход на другие, речь идет о.....

**2. Широкая,** развернутая, но неверная ориентация в действительности под влиянием СМИ – это.....

**3. Оболочка** массового сознания – это:

а) историческое сознание;

б) специфическое сознание;

в) общественное мнение.

**4. Стереотип** в медиасистеме – это.....

**5. Верно или неверно.** Специфика массовой информации состоит в том, что она предназначена широкой аудитории.

**6. Сенсация** в журналистике – это.....

**7. Особенностью** современного нового медиа является:

а) полная свобода действий;

б) высокие технологии информационного процесса;

в) отсутствие цензуры.

**8. Верно или неверно.** Специфика медиапроцесса обусловлена бурным развитием Интернета. / .....

**9. Видным исследователем** массового сознания в советское время был:

а) Грушин;

б) Свитич;

в) Ученова.

**10. Дайте определение.** Формы социальной позиции журналиста – это.....

## ТЕМА 6

### Вариант 1

**1. Для авторитарной модели журналистики характерна ответственность на СМИ:**

- а) частная;
- б) общественная;
- в) государственная;
- г) личная.

**2. Глобальные проблемы – это:**

а) проблемы, затрагивающие жизненные интересы всего человечества;

б) проблемы, затрагивающие диалектику общечеловеческого и частного;

в) проблемы, затрагивающие социальные явления отдельно взятой страны;

г) проблемы, затрагивающие процессы согласования интересов частного и группового.

**3. Закончите определение:** Цивилизация, связанная с трудом как главным источником богатства – это цивилизация.....

**4. Установите соответствие:**

а) Философия абсолютной власти монарха, его правительства или обоих	Теория социальной ответственности прессы
б) Общая философия рационализма и естественных прав, работы Мильтона, Локка, Милля	Авторитарная теория прессы
в) Русская философия XIX века, учение Гегеля, марксистско-ленинское учение	Либертарианская теория прессы
г) Работы Комиссии по свободе прессы, этические кодексы СМИ, работы Хокинга	Автономная теория прессы

**5. Участие журналистики как одной из форм в управлении обществом предопределяет принцип:**

- а) патриотизма;
- б) демократизма;
- в) народности;
- г) объективности.

**6. Журналист** в своей социальной позиции всегда исходит из приоритета:

- а) общечеловеческого;
- б) общепрофессионального;
- в) общегруппового.

**7. Компромисс** – это:

- а) система взаимных уступок, с целью заключения соглашения;
- б) система взаимных обязательств, с целью сотрудничества;
- в) система взаимных приветствий, с целью создания благоприятной атмосферы сотрудничества.

**8. Нигилизм** – это:

- а) отрицание социальных законов и закономерностей;
- б) отрицание общепризнанных общественных норм и ценностей;
- в) отрицание значимости журналистики в управлении обществом.

**9. Позиция журналиста**, нацеленная на сохранение статуса кво и укрепление существующего порядка вещей – это .....

**10. Верно или неверно.** Журналистика, информируя, руководит «потребителем» информации.

## ***Вариант 2***

**1. Верно или неверно.** Управление есть такое воздействие, которое приводит к изменению в структуре, состоянии и деятельности объекта, на который направлено воздействие.

**2. Завершите высказывание:** Социальная позиция журналиста проявляется в .....

**3. Закончите определение:** Обеспечение морально безупречного выполнения профессионалами своей роли в соответствии с общепринятыми в обществе принципами и нормами – это суть .....

**4. Ложь** в журналистской практике – это:

- а) намеренное нарушение принципа правдивости, определенное социальной позицией;

б) неточное употребление термина, определенное социальными задачами журналиста;

в) ошибка, допущенная журналистом в ходе диалога с аудиторией.

**5. Позиция журналиста** как стремление способствовать позитивному движению общественных структур и массового сознания, к регрессу – это.....

**6. Условие** информационной безопасности применительно к СМИ – .....

**7. Закончите определение:** Умение журналиста действовать так, чтобы информация была получена, обработана и опубликована своевременно – это.....

**8. Формирование** социальной позиции журналистом носит:

а) профессиональный характер;

б) институциональный характер;

в) общечеловеческий характер;

г) узконаправленный характер.

**9. Принципы** строятся на базе знания высокого уровня, включающего:

а) независимость суждений и трактовок;

б) общие законы данной сферы практики;

в) базисные установки в борьбе за общечеловеческие ценности;

г) способы подхода и методы деятельности.

**10. Закончите высказывание:** Представление о том, что политическая структура, система осуществления власти и т. д. в стране являются наилучшими из всех существующих и должны быть переняты другими народами – это .....

### ***Вариант 3***

**1. Закончите высказывание:** Выбор линии поведения по отношению к массовому сознанию зависит от .....

**2. Массовая информация** отвечает интересам:

а) одного класса;

б) общества;

в) отдельной личности.



**3. Верно или неверно.** Мировоззрение является определяющим для принятия аудиторией линии поведения под воздействием массовой информации. / \_\_\_\_\_

**4. Дайте определение.** Общественное мнение – это.....

**5. Закончите определение:** Презрение к родине, если она не удовлетворяет нужды человека, а требует от него жертв – это.....

**6. Установите соответствие:**

а)Беспринципность	Забота о человечестве сочетается с заботой об отдельном человеке
б) Гуманизм	Сознательный отказ от каких бы то ни было принципов
в) Недостаток принципиальности	Сознательный отказ от восприятия окружающей действительности такой, какая она есть

**7. Основу** социальной позиции в журналистике составляют:

- а) общечеловеческие интересы;
- б) общечеловеческие ценности;
- в) общечеловеческие требования.

**8. Конфронтация** – это:

- а) концепция, разделяемая всем обществом;
- б) противодействие двух и более сторон, носящее немирный характер;
- в) противопоставление одной точки зрения другой;
- г) концентрированное выражение идеологии.

**9. Верно или неверно.** Дезинформация является обязательным элементом информационной войны. / \_\_\_\_\_

**10. Факт** – это:

- а) сведения, которые имеют подтверждение;
- б) проверенное, достоверное знание о реально происшедшем в действительности;
- в) представления о событиях, поступках, заявлениях.

## ТЕМА 7

### Вариант 1

**1. Для авторитарной модели журналистики характерна ответственность на СМИ:**

- а) частная;
- б) общественная;
- в) государственная;
- г) личная.

**2. К историческому типу журналистики не относится:**

- а) феодально-монархический;
- б) либерально-демократический;
- в) религиозно-клерикальный.

**3. Автором либертарианской теории прессы был.....**

**4. Популизм – это:**

- а) выступление от имени чиновника на высоком уровне;
- б) выступление от имени народа с целью защиты интересов частной группы;
- в) выступление от имени частного лица с целью защиты интересов народа.

**5. Закончите определение:** Абсолютный приоритет интереса своей страны и нежелание считаться с законными интересам других стран – это .....

**6. Верно или неверно.** Коммунистическая теория прессы зародилась в России в 1871 году.

**7. Особенностью** первых российских газет стали:

- а) их реформенный государственный характер;
- б) свободная воля предпринимателя;
- в) требование народных масс.

**8. Дайте определение.** Средства массовой информации – это.....

**9. Верно или неверно.** Первой газетой в России стали «Петровские ведомости».

**10. Дайте определение.** Теория социальной ответственности прессы – это.....

## ТЕМА 8

### Вариант 1

1. **Верно или неверно.** Простое проявление кооперации СМИ – это дифференцирующее отрицательное взаимодействие. / \_\_\_\_\_

2. **Завершите определение:** После первичного ознакомления читатель оставляет материал для внимательного и подробного изучения – это эффект \_\_\_\_\_

3. **Закончите определение:** Информация, подготовленная по специальному заказу конкретным каналом МИ только для размещения в этом канале – это \_\_\_\_\_

4. **Закончите определение:** Устойчивая совокупность комплекса характерных черт, появляющаяся под воздействием специальных факторов – это \_\_\_\_\_

5. **Ежедневное издание** – это издание, выходящее:

- а) один раз в неделю;
- б) два раза в неделю;
- в) три раза в неделю.

6. **Верно или неверно.** Объединяющим началом типологических характеристик общенациональных изданий и программ является только регион распространения.

7. **Закончите фразу.** Тираж – это.....

8. **Аудитория** СМИ делится на:

- а) целевую, сегментированную и потенциальную;
- б) целевую, реальную и потенциальную;
- в) целевую, сформированную и потенциальную.

9. **Верно или неверно.** Редакция взаимодействует с аудиторией СМИ для определения ценовой политики. / \_\_\_\_\_

10. **Дайте определение.** Глянцевое издание – это.....

## **Вариант 2**

**1. Признаки системности СМИ** включают:

- а) конвергентность;
- б) элементарность;
- в) тематичность.

**2. Закончите определение:** Единица типологического анализа в медиасистеме – это \_\_\_\_\_

**3. Закончите фразу.** Глобализация СМИ проявляется в.....

**4. Верно или неверно.** Критерием оценки эффективности средства массовой информации является тираж. / \_\_\_\_\_

**5. Дайте определение.** Типология – это.....

**6. Система** средств массовой информации СССР строилась на основе принципа:

- а) свободного рынка;
- б) демократического централизма;
- в) авторитаризма.

**7. Верно или неверно.** Если СМИ выходит один раз в неделю, значит – это ежедневное издание. / \_\_\_\_\_

**8. Закончите определение.** Полоса газеты – это.....

**9. Объем** журналистского материала может измеряться в:

- а) знаках;
- б) столбцах;
- в) строках.

**10. К типологическим признакам СМ**И относится:

- а) география распространения;
- б) форма собственности;
- в) цена издания.

## ТЕМА 9

### Вариант 1

#### 1. Сопоставьте понятия:

а) Печать	Аудиовизуальная журналистика
б) Радио	Интерактивная журналистика
в) Интернет	Визуальная журналистика
г) телевидение	Аудиожурналистика

2. **Верно или неверно.** Монополия звука ограничивает возможности для аудитории. / \_\_\_\_\_

3. **Верно или неверно.** Пресса проигрывает в оперативности информирования. / \_\_\_\_\_

4. **Верно или неверно.** На телевидении возможна организация оперативных передач как из студии, так и с места событий. / \_\_\_\_\_

5. **Закончите высказывание:** Радиосвязь, осуществляемая по проводам – это.....

6. **Выразительные средства** для СМИ – это.....

7. **Запись** на магнитном носителе используется в.....

8. **Верно или неверно.** Самым популярным средством массовой информации является телевидение.

9. **Специфика газеты** заключается в том, что.....

10. **Эффект** отложенного чтения – это.....

### Вариант 2

1. **К позитивным свойствам** телевидения относится:

- а) система подбора шрифтов;
- б) аудиовизуальный синтез;
- в) отсутствие видеоряда.

2. **Какая форма** информационной деятельности возникла с появлением радио:

- а) специализированные газеты;
- б) специализированные агентства;
- в) специализированные журналы.

**3. Закончите определение:** Информационные службы от СМИ отличает то, что они \_\_\_\_\_

**4. Верно или неверно.** При восприятии радиопередач задействованы только слуховые рецепторы. / \_\_\_\_\_

**5. Закончите высказывание.** Телевидение распространяет информацию при помощи \_\_\_\_\_

**6. Специфика** интернет-издания заключается в том, что.....

**7. Выразительные средства** радио – это:

а) звучащее слово;

б) монтаж;

в) графическая информация.

**8. Верно или неверно.** Самое оперативное средство массовой информации – это радио. / \_\_\_\_\_

**9. Закончите определение.** Доступность информации – это .....

**10. Факт** – это .....

### ***Вариант 3***

**1. Закончите определение:** Агентская информация – это \_\_\_\_\_

**2. Верно или неверно.** Телевизионная специфика родилась на пересечении возможностей радио и кино. / \_\_\_\_\_

**3. К информационной структуре** журналистики имеют прямое отношение:

а) рекламные агентства;

б) юридические агентства;

в) туристические агентства.

**4. Закончите определение:** Невозможность для зрителя изменить время просмотра передач, их порядок, структуру и темп – это \_\_\_\_\_.

**5. Комментарий на радио** – это:

а) изложение собственных представлений и суждений о том, что сообщается;

б) изложение дополнительных фактов, раскрывающих суть события, о котором сообщается;

в) изложение путей достижения целей, о которых сообщается в материале.

**6. Верно или неверно.** Своеобразная черта, присущая только телевидению, – это словесно-буквенная информация. /

---

**7. Верно или неверно.** Пресса проигрывает в оперативности информации. / \_\_\_\_\_.

**8. Завершите высказывание:** Радиосвязь, использующая радиоволны – это \_\_\_\_\_.

**9. Верно или неверно.** Агентство ИТАР-ТАСС относится к типу специализированного агентства. / \_\_\_\_\_.

**10. Возможности восприятия радиoinформации включают:**

- а) активизацию воображения;
- б) повышение грамотности;
- в) обозрение содержания информации.

## ТЕМА 10

### *Вариант 1*

**1. Закончите высказывание:** Дружеское взаимодействие СМИ протекает как .....

**2. К характеристикам творческого лица издания и программы относится:**

- а) близость с запросами аудитории;
- б) ситуативность повествования;
- в) жанровые предпочтения.

**3. Закончите высказывание:** Руководителем реального информационного поведения аудитории СМИ является .....

**4. Информационную политику издания формируют:**

- а) массовая аудитория;
- б) журналисты;
- в) социальные институты.

**5. Закончите определение:** Использование внешне лишних сведений, повторов, опора на уже освоенное – это.....

**6. Конформизм – это:**

- а) согласие, примирение, приспособление;
- б) согласие, примирение, непротивление;
- в) согласие, примирение, преобладание.

**7. Принцип – это:**

- а) правила и нормы деятельности, определяющие ее общий характер;
- б) основа определенной сферы человеческой практики;
- в) свобода как зависимость от чужих убеждений;
- г) зависимость от интересов представляемых журналистом сил.

**Вариант 2**

**1. Верно или неверно.** Простейшей формой координации журналистской деятельности является налаживание выпуска газеты, журнала, радио– или телепрограммы. / \_\_\_\_\_

**2. Закончите определение:** Степень реализации целей, соответствующих потребностям аудитории в информации с учетом возможностей, которыми располагают журналист и аудитория – это .....

**3. Обозначьте соответствие:**

а) Творческая деятельность	Создание коллективов, налаживание связей, участие в подготовке кадров
б) Организаторская деятельность	Обслуживание и предоставление дополнительных услуг
в) Идеологическая деятельность	Сбор, обработка информации, создание произведений для СМИ
г) Массовая деятельность	Обучение профессиональным навыкам и умениям по созданию текстов СМИ

**4. К факторам, влияющим на характер журналистского произведения, относятся:**.....

**5. Менеджер в редакции – это**.....

**6. Верно или неверно.** Журналистский текст воспринимается разными слоями аудитории и должен быть понятен всем. / \_\_\_\_\_



## 7. Найдите соответствие:

а) Первая цивилизация	Господство творческой деятельности и разума на основе глубокого познания законов мира и технологического использования достижений науки
б) Вторая цивилизация	Источник общественного богатства – преимущественно природа
в) Третья цивилизация	Историческое соревнование в условиях диктата моноидеологии

**8. Закончите определение:** Выступление в интересах тех или иных слоев общества – это .....

**9. Плюрализм** – это:

- а) многообразие и сосуществование точек зрения на одно и то же событие;
- б) различие взглядов представителей разных слоев общества;
- в) особенности понимания объективных законов и принципов.

**10. Фактоиды** – это

- а) непроверенные слухи;
- б) неподтвержденные сведения различного рода;
- в) сенсационные сведения, представляющие интерес.

## ТЕМА 11

### *Вариант 1*

**1. Подлинная информация** в журналистских текстах – это:

- а) то, что формирует сознание и поведение аудитории;
- б) то, что формирует глубокие познания аудитории;
- в) то, что формирует представления аудитории о сущем.

**2. Итоговая формула** результативности журналистики:

- а) Рез-ть = Д: П-В
- б) Рез-ть = Р-т: Ц(П) x В
- в) Рез-ть = Р-т: Д (П) x В

**3. Закончите высказывание:** Обогащение научных и художественных произведений постановкой современных вопросов и от-

ветами на запросы современной аудитории в связи с проблемами текущей действительности – это .....

**4. Закончите определение:** Результативность выполнения непосредственно-организаторских функций журналистики, степень ее успеха в массово-информационном обеспечении решения задач социального развития – это .....

**5. Закончите высказывание:** Текст произведения характеризуется со стороны его структурной организации при .....

**6. Реакции** на журналистский текст – это.....

**7. К свойствам** журналистского произведения, делающим его эффективным, относятся:

- а) близость с запросами аудитории;
- б) ситуативность повествования;
- в) социальная ответственность;
- г) диалогичность общения;
- д) установка восприятия.

**8. Комментарий** – это:

а) изложение собственных представлений и суждений о том, что сообщается;

б) изложение дополнительных фактов, раскрывающих суть события, о котором сообщается;

в) изложение путей достижения целей, о которых сообщается в материале.

**9. Закончите высказывание:** Руководителем реального информационного поведения аудитории СМИ является .....

**10. Закончите определение:** Конкретные изменения в сознании и поведении аудитории – это .....

## ***Вариант 2***

### **1. Установите соответствие:**

а) Национализм	Космополитизм без опоры на патриотизм
б) Национальная гордость	Пренебрежение интересами других наций для удовлетворения потребностей своей
в) Интернационализм	Бережное отношение к национальной памяти, чувство любви

**2. Закончите определение:** Представительство интересов всего общества – это.....

**3. Политическая партия – это:**

а) организация, выступающая принципиально против всяких войн;

б) организация, доктрина и деятельность которой ведется с позиций отеческой заботы по отношению к менее защищенным;

в) организованная группа единомышленников, представляющая интересы части народа и ставящая цели их достижения.

**4. Массовая информация** отличается от специальной:

а) доступностью;

б) общесоциальной направленностью;

в) структурностью;

г) комплексным характером.

**5. Сопоставьте понятия:**

а) Редуцированный набор элементов журналистской информации	S (d,p,v,n)
б) Полный набор элементов журналистской информации	S (d,d,d,p)
в) Логика развертывания повествования в тексте	S (d)
г) Акцентированная интенсивность представления элементов в тексте	S (d, p, p, d)

**6. Консенсус – это:**

а) согласие, сочувствование;

б) эмпатия, сочувствие;

в) свобода, равенство.

**7. Верно или неверно.** Журналист ориентируется в выборе темы на аудиторные интересы.

**8. Закончите определение:** Произвольное обращение с фактами, замалчивание одних и выпячивание других, подтягивание и привязка явлений жизни к заранее заданной концепции – это .....

**9. Военный аспект** глобальных проблем:

- а) угроза мировых финансовых потрясений;
- б) угроза физического уничтожения всего живого;
- в) угроза истощения природных ресурсов;
- г) угроза необратимых изменений в среде обитания человека.

**10. Закончите определение:** Цивилизация, при которой источником общественного богатства является преимущественно природа – это цивилизация.....

## Раздел 7

### КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Современное состояние теории журналистики: предмет и задачи курса, его структура. Понятие «журнализма».
2. Предпосылки и исторические условия возникновения журналистики. Пражурналистские явления.
3. Гутенберг: история и легенды.
4. Основные этапы распространения масс-медиа.
5. Понятие информации. Виды и свойства, формы существования информации.
6. Журналистская информация как один из видов информации: специфика и закономерности существования.
7. Массовая информация. Общая характеристика. Формы существования и принципы подачи массовой информации.
8. Условия информативности журналистского произведения.
9. Журналистика как институт гражданского общества.
10. Тенденции развития современных медиасистем.
11. Прагматическая адекватность в журналистском произведении.
12. Семиотическая адекватность в журналистской деятельности.
13. Виды и типы информации в журналистском тексте.
14. Информационный процесс в журналистике: общая характеристика.
15. Журналистика в системе социальных институтов.
16. Журналистика как фактор социального управления.
17. Функции журналистики: общая характеристика.
18. Идеологические функции журналистики.
19. Культурно-образовательные функции журналистики.
20. Рекламно-справочные функции журналистики.
21. Рекреативные функции журналистики.
22. Экономические условия и факторы свободы СМИ.
23. Свобода и ответственность в журналистской деятельности.
24. Обеспечение свободы журналистской деятельности: правовой и политико-социальный аспекты.

25. Понятие «четвертая власть».
26. Политическая культура журналиста.
27. Политический анализ в журналистике.
28. Исторические типы журналистики: общая характеристика.
29. Социальная позиция журналиста.
30. Система принципов журналистики.
31. Журналист как субъект творческой деятельности
32. Структура системы СМИ: общая характеристика.
33. Инфраструктура системы СМИ.
34. Печать как составляющая системы СМИ.
35. Радиовещание как составляющая системы СМИ.
36. Телевидение как составляющая системы СМИ.
37. Электронные средства МИ: общая характеристика.
38. Новые компьютерные технологии в системе СМИ.
39. Мобильная журналистика в современной медиасистеме.
40. Виды журналистской деятельности.
41. Информационная политика издания и особенности ее формирования.
42. Закон о СМИ РФ: правовое положение журналиста.
43. Формы реализации информационной политики.
44. Результативность журналистики: виды и формы.
45. Эффективность и действенность журналистики. Общая характеристика.
46. Творческие факторы эффективности.
47. Гражданская ответственность журналиста.
48. Информационное общество и правовое государство.
49. Массовое сознание, его структура и особенности воздействия на него СМИ.
50. Типологический и функциональный анализ журналистской деятельности.
51. Свойства журналистских произведений, влияющие на их эффективность.
52. Особенности восприятия журналистских текстов аудиториями. Установка восприятия.
53. Формы и виды взаимодействия средств массовой информации.

54. Информационное агентство как структурная единица современной медиасистемы.

55. Процессы монополизации, концентрации, глобализации, глокализации и их влияние на развитие современных медиасистем.

56. Профессиональные качества журналиста.

57. Мировые организации и международные объединения журналистов в борьбе за свободу творчества в журналистике.

58. Мировой информационный порядок и закономерности его развития.

59. Стороны реализации информационной политики средства массовой информации.

60. Эффекты журналистики.

## Раздел 8

### ГЛОССАРИЙ<sup>1</sup>

**Авторитарный** – основанный на беспрекословном подчинении власти, диктаторский.

**Агитация** – распространение оперативной информации по поводу текущих событий, активно формирующей позиции аудитории по конкретным ситуациям современной жизни.

**Актуальность** – критерий соответствия опыта современным тенденциям общественного развития и уровню развития науки; обращение к действительно значимым, злободневным вопросам и явлениям текущей истории, важным для ориентации в жизни, к острым теоретическим проблемам, историческим событиям прошлого и прогнозам на будущее.

**Авторитетная информация** – информация, полученная из надежных источников, качество ее не вызывает сомнения.

**Агентство новостей** (информационное агентство) – организация, занимающаяся сбором, обработкой и распространением информации для средств массовой информации, а также других заинтересованных учреждений.

**Вектор трансмиссии** – термин, употребляющийся при определении направлений информационно-коммуникативных процессов, происходящих в обществе. Он используется для определения социальной специфики типов современной коммуникации. Личное сообщение в письмах определяется как тип частной связи, а общение посредством СМИ – как тип общественной связи. Развитие информационных супермагистралей вносит коррективы в эту классификацию, создавая службы связи, в которых различия между частными и общественными статусами пользователей информации теряют свою определенность, приобретая черты мультимедийности.

---

<sup>1</sup> Для формулировок понятий глоссария здесь и далее были использованы монографии, словари и учебные пособия: Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2012.



**Взаимодействие социальное** – объединение усилий, обмен действиями, специально организованные для изменений в физическом или социальном окружении.

**Газета влияния** – печатное периодическое издание, основная функция которого состоит в том, чтобы формировать информационную среду, поставляя всю необходимую аргументационную базу по ключевым вопросам дня. Это крупные финансово независимые или выражающие чью-либо точку зрения газеты, из которых информационные службы других СМИ черпают информацию для распространения в массовых аудиториях («Коммерсантъ», «Российская газета», «Известия» и пр.).

**Газета мнений** – газета, в которой одним из фундаментальных положений информационной политики является представление аудитории мнений разного толка.

**Газета фактов** – газета, в которой одним из фундаментальных положений является представление аудитории фактов, концентрация внимания на сообщении фактов относительно сведений о событиях.

**Глобализация** – распространение информационных материалов, связей, средств и систем в транснациональных масштабах по всему миру.

**Глобализированная медиакultura** – результат процессов глобализации информационных связей и их влияния на культурные модели в различных странах мира, охваченных медиатизацией пространства.

**Глокальный** – соединяющий глобальное с локальным, всемирные центры с периферией; то, что имеет отношение и к глобальному, и к локальному; то, что служит связи, опосредованию, соотносению, сближению всемирного и местного.

**Гражданский журнализм** – в основе лежит идея служения интересам общества для решения актуальных социально-политических и культурных проблем с позиций партисипационной демократии, с учетом меняющейся обстановки.

**Гражданское общество** – особое устройство социальной жизни, когда признаются суверенные права личности граждан, которые создают и контролируют государственные органы демократическим правовым путем.

**Двойственная идентичность СМИ** – целесообразность сочетания двух функций прессы – рыночной и общественной.

**Демократизация** – реорганизация чего-либо на демократических началах, внедрение демократических принципов.

**Демократичный** – чуждый высокомерия, сознания превосходства по отношению к людям.

**Догматизм** – способ мышления, характеризующийся безусловным, некритическим принятием некоторых положений, мнений, учений или норм в качестве догм – постулатов или практических принципов.

**Журнализм на службе общественности** – бескорыстное удовлетворение интересов граждан демократического общества на получение из СМИ правдивой информации о событиях в соответствии с принципами обязательности, сострадания и совести.

**Журналисты** – штатные и внештатные работники редакционных коллективов, которые согласно редакционному уставу определяют направление и характер деятельности издания или программы, ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации.

**Закрытые и открытые тексты** – отражают многозначность текстов СМИ. Закрытые – не имеющие интерпретаций (твердые новости), открытые – подверженные множеству различных интерпретаций (мягкие новости, сериалы, развлекательные программы и т. д.).

**Институт социальный** – устойчивая социокультурная форма, с помощью которой люди включаются в социальную жизнь, приспосабливаются к ней и поддерживают ее. Каждая такая форма – институт – связывается с решением определенной социальной значимой задачи, удовлетворением конкретной базовой потребности, с осуществлением групповых интересов. Институт имеет структуру, т.е. упорядоченность функционирования, зафиксированную в нормах.

**Интеллектуальная журналистика** – серьезная передача или статья для серьезной публики, высокообразованных людей.

**Информативность текста** – максимальная реализация потенциальных возможностей текста при взаимодействии с аудиторией.

**Информационная политика (издания)** – идейно-творческая концепция постоянно ведущихся проблемно-тематических линий, характер разработки которых определяется направленностью и социальной позицией данного СМИ и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы.

**Информация (журн.)** – а) вся совокупность сведений, вербально и невербально зафиксированных, которую несет журналистика аудитории; б) совокупность кратких некомментируемых сообщений об актуальных новостях внутренней и международной жизни; в) наименование группы жанров для сообщения новостей.

**Информационная насыщенность текста** – наличие в нем большого объема потенциальной информации и предполагаемой потенциальной эффективности.

**Инфотейнмент** – англ. infotainment. Термин возник в результате аббревиатурного объединения двух слов: информация – information и развлечение – entertainment. Выражает стремление продюсеров подавать новости в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности. Противники этой тенденции называют такие передачи иронически – «счастливые новости» (happy news) или «макулатура» (trash TV). Аналитики связывают распространение инфотейнмента с процессами усиления тенденций к приватизации и монополизации информационно-развлекательной индустрии, вытесняющей публичную сферу информационного пространства.

**Каналы** – используемые журналистами средства массовой информации для доставки журналистских текстов адресатам.

**Колонка мнений** – полоса для редакционных статей, заметок комментаторов и обозревателей или писем читателей.

**Коммуникация** – обмен информацией, значимой для контроля над изменениями социального взаимодействия или обсуждения на символическом уровне возможных направлений активности, связанных с изменением, сохранением или компенсацией действия значимых ситуативных факторов.

**Комплексность публикаций** – совокупность материалов, способствующая созданию целостной картины действительности.

**Конвергенция** – схождение, сближение явлений и тенденций в различных сферах жизни (в мире биологии, социальных систем или

культуры). Взаимодействие и объединение различных каналов и средств связи в условиях развития мультимедийных процессов и информационных супермагистралей, совершающихся благодаря широкому внедрению новых технологий, обеспечивающих применение цифровой трансмиссии информации и различных линиях связи. Конвергенция увеличивает пропускную способность канала и существенно меняет медиаландшафты, стимулируя процессы дальнейшей супермонополизации капитала и рост олигополий.

**Контрпропаганда** – такая сторона информационной политики СМИ, которая является как бы ответной реакцией на деятельность других СМИ.

**Критерий** – обобщенный показатель развития системы, успешности деятельности, основа для классификации. Предполагает выделение ряда признаков, по которым можно определять показатели.

**Меркурий (в рим. мифологии)** – мифологический персонаж, в римской мифологии выступавший как вестник богов и покровитель глашатаев. Имя собственное в журналистском лексиконе.

**Методология журналистской деятельности** – проявляется в методологической культуре СМИ, органично включающей методологические культуры журналистов, что находит отражение в семантической (отображении действительности), синтактической (как строится произведение) и прагматической (как строятся отношения с аудиторией) сторонах.

**Модель** – специальное представление какого-либо объекта, реконструирующее его существенные черты (образ или имитация образа объекта).

**Общественные функции новостей** – пресса стоит на страже общественных интересов, что выражается в понятии четвертой власти (или четвертого сословия).

**Оперативность** – умение своевременно получать и передавать информацию, с минимальной отсрочкой.

**Папараццо** – назойливый фоторепортер, специализирующийся в основном на съемках сцен из жизни популярных знаменитостей и сотрудничающий с бульварной прессой.

**Партисипационная демократия** – совместное участие в различных формах гражданских действий в защиту демократических прав и свобод.

**Патерналистская модель СМИ** – разновидность авторитарной модели, в которой у правящей группы сохраняется ответственность перед обществом (ценности и цели, выходящие за рамки удержания власти).

**Повседневная политика** – линия поведения в областях, не касающихся принципиальных вопросов власти.

**Политика** – сфера общественных отношений внутри стран и между странами по поводу получения, удержания, организации и использования власти для реализации своих нужд, интересов, идеалов.

**Политическая культура журналиста** – система представлений о сущности общества и действующих в нем закономерностей.

**Принцип журналистской деятельности** – теоретико-методологические основы деятельности, область правил и норм деятельности, определяющая ее общий характер; единство знания и метода.

**Пропаганда** – деятельность по распространению фундаментальных идей, составляющих основу массового сознания – мировоззрения, мирозерцания, исторического сознания.

**Роль социальная** – совокупность функций, которые предписано выполнять индивиду (или социальному институту), занимающему определенное место в социальной группе или организации.

**Рыночные функции новостей** – новость как товар, который следует выгодно продавать и распространять по каналам СМИ.

**Социальный институт** – совокупность функционально-нормативных основ жизнедеятельности людей в той или иной сфере, которые обретают законодательные рамки и организационные формы.

**Социальная ответственность** – целесообразность действий с позиций их приемлемости для человека.

**Стороны реализации информационной политики СМИ** – агитация, пропаганда, организация.

**Формы реализации информационной политики СМИ** – типологические характеристики, проблемно-тематические линии, рубрики и их комплексы, организация кампаний, выступление колумнистов и пр.

**Функция** – назначение, характер деятельности, исполнение обязанностей. Для журналистики – совокупность обязанностей и задач журналистики, выполняемых ею в обществе.

**Функциональный анализ** – нацелен на определение атрибутики СМИ в современном мире, отличающихся от прежних. Включает в себя три ступени: I. определение основных повторяющихся особенностей СМИ как системы; II. определяются функциональные проявления СМИ в зависимости от типологических характеристик общественных условий; III. определяются результаты использования тех или иных форм, структур и звеньев информационных процессов, в которые включены СМИ.

**Функция программирования** – роль СМИ в запланированном внедрении в общество тех или иных культов, ритуалов, мифов, вкусов, стилей поведения и одежды и т. д.

**Функция социализации** – роль СМИ в формировании тех или иных взглядов на общественную жизнь, на отношение к общественной морали и ценностям.

**Функция эскейпизма (эскапизма)** – создание средствами массовой информации в представлении людей жизнеподобных образов, с помощью которых решаются трудности и проблемы или отвлекаются от них и облегчают груз забот (разрядка).

*Учебное издание*

**Дорощук Елена Сергеевна**

**ОСНОВЫ  
ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ПРАКТИКУМ**

**Учебное пособие**

Корректор **Е.А. Волошина**  
Компьютерная верстка **А.И. Галиуллиной**  
Дизайн обложки **Р.М. Абдрахмановой**

Подписано в печать 22.12.2014.  
Бумага офсетная. Печать ризографическая.  
Формат 60х84 <sup>1/16</sup>. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 7,9.  
Уч.-изд. л. 4,3. Тираж 200 экз. Заказ 28/8.

**Издательство Казанского университета**

420008, г. Казань, ул. Профессора Нухина, 1/37  
тел. (843) 233-73-59, 292-65-60